الجمهـورية الجزائـرية الديمقـراطية الشعبيـة

وزارة التعليم العـالي والبحث العلمي

جامعة منتوري – قسنطينة –

كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير

الرقم التسلسلي: ....

السـلسلـــــة: ....

دراسة نوعية الخدمة لدى مستعملي النقل الحضري الجماعي : دراسة ميدانية في مدينة قسنطينة

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير

من إعداد الطالب: بوقنة سليم

ت إشراف الأستاذ الدكتور: بوباكور فارس

السنـة الجامعيـة 2005

إن العصرَ الراهنَ يحتِّمُ على بلادِنا مواكبةَ تطوراتٍ اقتصاديةٍ في جميعِ المجالاتِ من أجلِ تنميةٍ شاملةٍ مستدامةٍ. فالواجب إذا الأخذُ بأسبابِ هذه التنميةِ وذلكَ من خلالِ المبادرةِ والبحثِ عن أنفعِ الأساليبِ التي يمكنُ أن تكونَ عاملاً حاسمًا في تحقيقِ هذهِ التنميةِ.

ولعلَّ منظَّماتِ الخدماتِ في هذا العصرِ تمثِّلُ أحدَ هذهِ العواملِ. ذلكَ أنّها تساهِمُ بفعاليةٍ في امتصاصِ البطالةِ وتوفيرِ مناصبِ الشغلِ. وقد زادَ الاهتمامُ بهذا النوعِ منَ المشاريعِ نظرًا لميزاتِه العديدةِ. فإضافةً إلى كونها لا تتطلّبُ رأسَ مالٍ ضخمٍ فإنها تساهِمُ بشكلٍ كبيرٍ في زيادةِ حركةِ النشاطِ الاقتصادي. كما أنها لا تشكِّلُ خطرًا كبيرًا على توازنِ الاقتصادِ الكلّي عندَ تعرُّضِها للإفلاسِ.

ويشملُ قطاعُ الخدماتِ المعروفُ بالقطاعِ الثالثِ من خمسةٍ وخمسين بالمئةِ إلى ستين بالمئةِ من اليدِ العاملةِ. ويحتوي على عدّةِ أنواعٍ من المهنِ منها: النقلُ، البنوكُ، الفنادقُ وغيرها.

فالنقلُ يشكِّلُ جزءًا مهمًّا منَ الحياةِ المعاصرةِ. وقد كانَ دائمًا كذلكَ في معظَمِ المجتمعاتِ في العصورِ العابرةِ، فهوَ المسؤولُ عن تنشيطِ حركةِ الحياةِ في المدينةِ بكافّةِ أنشطتِها وفعاليتِها الاقتصاديةِ والاجتماعيةِ والثقافيةِ. وقد دعَت أهمّيتُه في الدولِ المتطوّرةِ والناميةِ إلى دراساتٍ عميقةٍ مركّزةٍ على مشكلاتِه. وأصبحَ كنتيجةٍ لهذهِ الأهمّيةِ أحدَ المعاييرِ التي يقاسُ من خلالها المستوى الحضاري للدولةِ.

والجزائرُ إحدى هذهِ الدولِ السائرةِ في طريقِ النموّ تمتلِكُ شبكةَ نقلٍ متكاملةً تحتوي على الأنواعِ الثلاثةِ (الشبكةَ البريةَ والجويةَ والبحريةَ). وقد شهِدَ هذا القطاعُ تغيّراتٍ عديدةً شملَت إعادةَ تنظيمِ مختلفِ أجزائِه.

ويساهِمُ النقلُ البرّي باعتباره أحدَ ركائزِ النقلِ في الجزائرِ بفعاليةٍ كبيرةٍ في الدفعِ بالتنميةِ الاقتصاديةِ والاجتماعيةِ إلى الأمامِ. ومع ذلكَ فالبعضُ يرى أنّ مدى ونسبةَ هذه المساهمةِ ضئيلةٌ خاصّةً من حيثُ نوعيةِ الخدمات المقدّمَةِ والبنيةِ القاعديةِ لهياكلِ النقلِ عبرَ الطرقِ (الطرق ومحطّات نقل المسافرين).

وباعتبارِ النقلِ الحضري الجماعي أحدَ أنواعِ النقلِ البرّي فهوَ عنصرٌ أساسي في إحياءِ المدنِ. فهوَ الوحيدُ القادرُ على ضمانِ تنقّلِ عددٍ كبيرٍ منَ الأشخاصِ وتذليلِ الصعوباتِ التي تعترضُ الولوجَ إلى مناطقِ النشاطِ والخدماتِ. كما يلعبُ هذا النوعُ منَ النقلِ دورًا أساسيًا في تسهيلِ التبادلاتِ بينَ مختلفِ القطاعاتِ الحضريةِ للمدينةِ حيثُ يفرضُ تباينُ التوزيعِ المكاني للنشاطاتِ والخدماتِ على السكّانِ تنقلاتٍ شاقّةً في بعضِ الأحيانِ.

إنّ النقلَ الحضري الجماعي للأشخاصِ لا يقلُّ أهمّيةً عن نقلِ البضائعِ، بل يفوقُها لأنّ عمليةَ إنتاجِ البضائعِ وتداولَها لا يتمُّ إلاّ من قبلِ الأشخاصِ. ولو انعدمَ وجودُهم لما كان هناكَ نقلٌ للبضائعِ. يضافُ إلى ذلكَ أنّ نقلَ الأشخاصِ ذو علاقةٍ مباشرةٍ بحياةِ الأفراد وسلامتِهم.

ولقد عرفَ هذا النشاطُ في الجزائرِ سياساتٍ تنظيميةً مختلفةً منذُ الاستقلالِ إلى يومِنا هذا. اهتمّت خاصّةً بالعرضِ الكمّي للخدماتِ وبقيَ مستعمِلو النقلِ الحضري الجماعي يتلقّون خدماتٍ ذاتِ نوعيةٍ رديئةٍ (عدمُ الانتظامِ، الاكتظاظُ، قدَمُ الوسائلِ، الخ). وحتى بعدَ فتحِ هذا القطاعِ للخواصّ وهذا ما أفقدَ مفهومَ الخدمةِ العموميةِ كلَّ معناهُ.

وأدّى معدّلُ التحضّرِ السريعِ في كبرياتِ المدنِ الجزائريةِ عامّةً وفي مدينةِ قسنطينةَ بالخصوصِ إلى زيادةٍ سريعةٍ في الطلبِ على خدماتِ النقلِ، وزادَ معَها ضغطُ المركباتِ على محاورِ النقلِ في المدينةِ التي لم تكُن قد صمِّمَت شوارعُها لتستوعِبَ هذا الكمَّ منَ الحركةِ. فكثيرًا ما تتوقّفُ حركةُ انسيابِ المركباتِ بفعلِ الازدحامِ وحوادثِ المرورِ. ويشكّلُ ذلكَ إهدارا للوقتِ والجهدِ البشري والمالِ ...الخ.

كما أنّ معدّلَ سيرِ المركباتِ في الوسطِ الحضري لمدينةِ قسنطينةَ في انخفاضٍ من سنةٍ إلى أخرى، خاصّةً في وسطِ المدينةِ وساعاتِ الذروةِ. فقد قدّرَ مكتبُ الدراساتِ انجيروب(*) الفرنسي أنّ سرعةَ الحافلاتِ الناقلةِ للركّابِ من وإلى وسطِ المدينةِ تقدَّرُ بخمسة عشرَ كلم في الساعةِ. علاوةً على تشبّعِ العديدِ من الخطوطِ في الوقتِ الذي تعرفُ فيه الخطوطُ الأخرى عجزًا ملحوظًا. كما أشارَ المكتبُ إلى قدَمِ حافلاتِ النقلِ الحضري وعدمِ صلاحيتِها بالإضافةِ

(*) انجيروب: مكتب فرنسي للدراسات مكلف بدراسة مشروع إنجاز القطار الكهربائي بقسنطينة.

إلى امتلائِها بنسبةِ مائة بالمائة ، الأمرُ الذي جعلَها أقلَّ جاذبيةً للمواطنِ، وهوَ ما يفسِّرُ بلوغ ركّابِ سياراتِ الأجرةِ تسعة وعشرين بالمائة من مجموع المتنقّلين. وهيَ نسبةٌ مرتفعةٌ لكونِ هذهِ الأخيرةِ لا تعتبَرُ من وسائلِ النقلِ العمومي الجماعي.

في هذهِ الوضعيةِ أصبحَ تحسينُ نوعيةِ ومستوى خدماتِ النقلِ الحضري الجماعي ضرورةً ملحّةً. ولتحقيقِه وإنشاءِ هياكلٍ تستجيبُ لتطلّعاتِ الزبائنِ ينبغي إجراءُ تقييمٍ حولَ نوعيةِ ومستوى الخدماتِ مثلما يراها المتنقِّلون وهذا يسمحُ بكشفِ الاختلالاتِ التي تشوِّهُ مستوى ونوعيةَ الخدماتِ في هذا القطاعِ.

وفي هذا السياقِ يندرِجُ هذا البحثُ المعنونُ بـــ: دراسةٌ نوعيةِ الخدمةِ لدى مستعمِلي النقلِ الحضري الجماعي (دراسةُ حالةِ مدنيةِ قسنطينةَ).

وعلى اعتبارِ ما سبقَ يمكنُ طرحُ التساؤلاتِ التاليةِ:

- ما هو واقعُ خدماتِ النقلِ الحضري الجماعي بالحافلةِ في مدينةِ قسنطينةَ؟
- ما هيَ طبيعةُ تنقّلاتِ الأفرادِ في الوسطِ الحضري لمدينةِ قسنطينةَ؟
- ما هوَ مستوى ونوعيةِ الخدمةِ المقدّمِ في قطاعِ النقلِ الحضري الجماعي؟
- ما هيَ مؤشّراتُ نوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضري الجماعي بالحافلةِ لدى المتنقِّلِ في مدينةِ قسنطينةَ؟
- وهَل تحسّنَ حقيقةً مستوى ونوعيةُ الخدمةِ بعدَ دخولِ الخواصِّ لهذا القطاعِ؟

فروض البحث :

انطلقَ البحثُ من فروضٍ رئيسيةٍ هيَ:

- مستوى خدماتِ النقلِ الحضري الجماعي للمسافرين بالحافلةِ جيّدٌ لكن نوعيةَ الخدماتِ فيهِ ضعيفةٌ.
- مؤشّراتُ نوعيةِ الخدمةِ لدى المتنقِّلين بحافلاتِ النقلِ الحضري في قسنطينةَ تتمثَّلُ في مؤشِّرِ الرفاهيةِ ومؤشِّرِ الوقتِ.

- مستوى ونوعيةُ الخدمةِ في النقلِ الحضري الجماعي في القطاعِ الخاصِّ أحسنُ منها في القطاعِ العامِّ.

أهداف الدراسة :

تهدفُ هذهِ الدراسةُ إلى:

تشخيصِ واقعِ مستوى ونوعيةِ خدماتِ النقلِ الحضري الجماعي بالحافلةِ في مدينةِ قسنطينةَ وذلكَ من خلالِ استقصاءِ آراءِ المتنقِّلينَ وهذا يفيدُ في:

- التعرّفِ على طبيعةِ تنقّلاتِ الأفرادِ في الوسطِ الحضري لمدينةِ قسنطينةَ؛
- التعرّفِ على حقيقةِ اتجاهِ المتنقّلينَ الخاصّةِ بمستوى ونوعيةِ الخدمةِ؛
- الكشفِ عن أساليبِ جديدةٍ تؤدّي إلى الرّفعِ من مستوى ونوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضري للحافلةِ؛
- إثراءِ المكتبةِ الجزائريةِ بشكلٍ خاصٍّ نظرًا لقلّةِ البحوثِ في هذا المجالِ لا سيّما باللغةِ العربيةِ.

أهمّية البحث :

تبرزُ أهمّيةُ هذهِ الدراسةِ في تسليطِ الضوءِ على:

- حالةِ قطاعِ حيوي في حياةِ الفردِ والمدينةِ؛

- مستوى ونوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضري الجماعي في الحافلةِ لأنّ جلَّ الدراساتِ التي تناولَت موضوعَ النقلِ في مدينةِ قسنطينةَ لم تتطرّق لهذَا الجانبِ بل اكتفَت برصدِ صيغِ تنقّلِ الأفرادِ والنسبِ الخاصّةِ بها دونَ أن تتطرّقَ بشكلٍ موسَّعٍ للمتاعبِ التي يتلقّاها المسافرون خلالَ تنقّلاتهم؛

- آراءِ واتجاهاتِ المتنقّلين التي تخصُّ مستوى ونوعيةَ الخدمةِ وذلكَ راجعٌ بالخصوصِ لأنّ هذا الأخيرَ قد أُهمل رأيُه في كاملِ الدراساتِ ومن مختلفِ الجهاتِ المسؤولةِ فيما يخصَّ هذا الجانبَ رغمَ أنّه المعني الأوّلُ به.

الإطار النظري:

يتحدّدُ الإطارُ النظري لهذهِ الدراسةِ في خصائصِ الأفرادِ المتنقِّلين في الوسطِ الحضري في مدينةِ قسنطينةَ باستعمالِ الحافلةِ. هذهِ الخصائصُ تؤثِّرُ على موقفِهم في مدى رضاهم عن هذهِ الخدماتِ.

حدود البحث:

إنّ البحوثَ السلوكيةَ ليسَ لها حدٌّ فاصلٌ بشكلٍ قطعي. فقد تكونُ المشكلةُ الواحدةُ ذاتَ امتدادٍ موضوعي أو زمني أو مكاني بالمشكلاتِ الأخرى. فالحدودُ الموضوعيةُ لهذهِ الدراسةِ تقتصرُ على الأشخاصِ الذين يستعملونَ النقلَ الحضري الجماعي بالحافلةِ في تنقّلاتهم اليوميةِ. أمّا الحدودُ الزمانيةُ فقد استغرقَت هذهِ الدراسةُ مدّةً زمنيةً قرابةَ سنةٍ وشهرينِ من شهرِ جانفي 2004 إلى شهرِ فيفري 2005 م.

أمّا بشأنِ الحدودِ المكانيةِ فقد جرَت هذهِ الدراسةُ في الوسطِ الحضري لمدينةِ قسنطينةَ وركّزت أساسًا على أربعِ محطّاتٍ رئيسيةٍ للنقلِ الحضري الجماعي لمدينةِ قسنطينةَ وهيَ: محطّة كركري، محطّة بومزو، محطّة بن عبد المالك، محطّة باب القنطرة.

إنّ طبيعةَ المشكلةِ المدروسةِ (نوعيةُ ومستوى خدماتِ النقلِ الحضري) تسمحُ بالامتدادِ الموضوعي والزمني والمكاني للمشكلةِ لكن إمكانياتِ الباحثِ الماديةَ والبشريةَ والوقتَ المتاحَ للدراسةِ لا تسمحُ بذلكَ.

منهج البحث:

أمّا المنهجُ المستعمَلُ في هذهِ الدراسةِ والذي اعتمَدَه الباحثُ لإنجازِ بحثِه فهوَ المنهجُ الوصفي من خلالِ البحوثِ التاليةِ: البحثُ المسحي والبحثُ الحقلي.

أدوات البحث:

أمّا أدواتُ البحثِ فقد استعملَ الباحثُ الاستبيانَ بواسطةِ الاستمارةِ بالمقابلةِ، وأداةُ البحثِ الملاحظةُ بنوعَيها (بالمشاركةِ وبدون مشاركةٍ). وقد استعملَ الباحثُ أسلوبَ التوزيعِ المباشِرِ لتطبيقِ هذهِ الأدواتِ في الميدانِ.

عينة البحث:

أمّا بخصوصِ عيّنةِ البحثِ ونظرًا لكثرةِ أفرادِ مجتمعِ البحثِ وتعذّرِ إحصائِهم كلّهم، بالإضافةِ إلى التكاليفِ الماديةِ والبشريةِ ومحدوديةِ وقتِ الدراسةِ فقد قامَ الباحثُ باختيارِ عيّنةٍ منَ الأفرادِ مكوَّنةً من ستّمائةِ فردٍ موزّعين على المحطّاتِ الأربعةِ الرئيسيةِ سالفةِ الذكرِ. وقد استعملَ الباحثُ الطريقةَ غيرَ الاحتماليةِ في اختيارِه لأفرادِ العيّنةِ باستعمالِ أسلوبِ الاختيارِ بالمصادفةِ. أمّا فيما يخصُّ المحطّاتِ الأربعةِ المختارةِ فاستعملَ الباحثُ الأسلوبَ العمدي لأنّ هذهِ المحطّاتِ تمثّلُ في مجملِها الأقطابَ الرئيسيةَ لحركةِ النقلِ الحضري في مدينةِ قسنطينةَ.

منهجية البحث:

أمّا من حيثُ المنهجيةِ فقد جاءَ البحثُ في قسمَين بالإضافةِ إلى مقدّمةٍ وخاتمةٍ. يتضمّنُ القسمُ الأوّلُ الدراسةَ النظريةَ لنوعيةِ خدمةِ النقلِ في الوسطِ الحضري وذلكَ من خلالِ فصلَين. تطرّقَ الفصلُ الأوّلُ إلى نوعيةِ الخدمةِ، وتضمّنَ الفصلُ الثاني النقلَ الحضري الجماعي. أمّا القسمُ الثاني لهذهِ الدراسةِ فقد تضمّنَ الدراسةَ الميدانيةَ لنوعيةِ الخدمةِ في النقلِ في الوسطِ الحضري لمدينةِ قسنطينةَ. وقد تضمّنَ ثلاثةَ فصولٍ جاءَ في الفصلِ الأوّلِ النقلُ الحضري في مدينةِ قسنطينَة. وتضمّنَ الفصلُ الثاني كيفيةَ إجراءِ وتصميمِ الدراسةِ الميدانيةِ. أمّا الفصلُ الثالثُ فقد تضمّنَ تحليلَ حصيلةَ الدراسةِ الميدانيةِ واستخلاصَ النتائجِ، بالإضافةِ إلى ملحقٍ للدراسةِ تضمّنَ عرضَ ووصفَ نتائجِ الاستبيانِ.

وتتجلّى الصعوباتُ التي واجهَت إنجازَ هذا البحثِ في قسمين: صعوباتٌ واجهَت الباحثَ

في إنجازِ القسمِ النظري، وتمثّلَت خصوصًا في ندرةِ المراجعِ خاصّةً باللغةِ العربيةِ حولَ الموضوعِ. أمّا في القسمِ التطبيقي فكانَت الصعوباتُ في الأساسِ عدمُ تفهّمِ الأفرادِ لطبيعةِ الدراسةِ وخاصّةً فئةُ الأميّين وكبارِ السنّ، بالإضافةِ إلى المضايقاتِ من جانبِ الناقلين وصعوبة عرضِ ووصفِ نتائجِ الدراسةِ لكبرِ حجمِ العيّنةِ نسبيا وكثرةِ الأسئلةِ حولَ الموضوعِ.

القسم الأوّل

الدراسة النظرية لنوعية الخدمة لدى مستعملي النقل الحضري الجماعي

الفصل الأوّل: نوعيّة الخدمة

الفصل الثّاني: النّقل الحضَرِي الجماعي

تعيشُ المنظّماتُ اليومَ في محيطٍ متغيّرٍ بشكلٍ دائمٍ، كما يشهدُ العالَمُ المعاصرُ تطوّراتٍ كثيرةً في مختلفِ المجالاتِ أدّت إلى إفلاسِ العديدِ من المنظّماتِ يوميًا وبروزِ أخرى. كلٌّ هذا مرتبطٌ بمدى قدرةِ هذهِ الأخيرةِ على التكيّفِ معَ هذهِ التغيّراتِ.

ومن أجلِ مسايرةِ هذهِ التغيّراتِ وجبَ على هذهِ المنظّماتِ وخصوصًا الخدميةَ منها الاهتمامُ بنوعيةِ الخدمةِ التي تقدّمُها. إذ يجبُ توفيرُها بالكمّياتِ المطلوبةِ في المواعيدِ المناسبةِ وبالنوعيةِ والسعرِ الملائمَين. وقد جاءَ هذا الفصلُ ليتضمّنَ عرضَ مفاهيمٍ حولَ النوعيةِ وحولَ الخدمةِ وحولَ نوعيةِ الخدمةِ.

! +

نوعية الخدمة

1-1- مفهوم النوعية:

لقَد تطوّرَ المفهومُ العِلمي للنوعيةِ تطوّرًا كبيرًا وبشكلٍ دائمٍ معَ تطوّراتِ الأبحاثِ والدراساتِ الخاصّةِ بها وليتلاءمَ والتغيّراتِ الحاصِلةِ في منظّماتِ الأعمالِ. ويُستعمَلُ لفظُ النوعيةِ كثيرًا إلاّ أنَّ هناكَ اختلافًا في تعريفِها تبعاً لاختلافِ وجهاتِ النظرِ في هذَا الموضوعِ. وسيتمُّ التطرُّق لبعضِها بهدفِ الوصولِ إلى تعريفٍ ملائمٍ وشاملٍ للموضوعِ، منْ خلالِ التصنيفاتِ التاليةِ:

1-1-1- التعريفات غير المحددة:

تتَّفقُ هذه التعريفاتُ في مضمونها على أنَّ النوعيةَ لا يمكنُ تعريفُها وإنما يمكنُ معرفتُها والاستدلالُ عليها(1). وما يلاحَظ في هذا الصنفِ هوَ أنَّ تعريفاتِ النوعيةِ مبهمةٌ وغامضةٌ ولا يمكن استخدامُها كأساسٍ لتحقيقِ ميزةٍ تنافسيةٍ ولا يمكنُ قياسُها أو منحُ مواصفاتٍ لها.

2-1-1- التعريفات المركّزة على جانب المنتوج:

تركِّزُ على صفاتِ المنتوج وخصائصِه التي يمكنُ قياسُها وتحديدُ كمّيتِها، فالنوعيةُ هي التقنيةُ زائد الفكرة.(2) ويتّضحُ منَ التعريفِ أنَّ النوعيةَ ما هي إلاّ تقنيةٌ مبنيةٌ على الأفكارِ الخياليةِ الموافقةِ. وميزةُ هذا الاتجاهِ أنّه محدَّدٌ لكنَّ المعاييرَ التي يُقاسُ عليها تكونُ مضلِّلةً في الحالاتِ التي تعتمِدُ فيها النوعيةُ على التفضيلِ الشخصي.

3-1-1- تعريفات ترتكز على المستخدِم النهائي:

وهيَ متعلِّقةٌ بتفضيلاتِ المستخدِمِ وطلباتِه منَ المنتجاتِ والخدماتِ. فالنوعيةُ هنا تعني

---

(1) البكري، سونيا، محمد. إدارة الجودة الكلية. مصر، الدار الجامعية، 2002. ص 11.

(2) Kamisk, Gerdf et Peter Brauer, Jörg. Management de la qualité de A à Z. Paris, Massou Paris, 1995. p 61.

مجموعةَ ميزاتِ المنتجِ أو الخدمة وخصائصِهما التي تضمنُ إشباعَ الاحتياجاتِ المحدَّدةَ والمضمَرةَ.[1] وتعرَّفُ أيضا بأنها مجموعةُ المزايا التي يفترِضُ المستهلكُ أو المشتري توفُّرَها في المنتجِ أو الخدمةِ.[2] وهذه الصفاتُ هي التي تجذبُ المشتريَ إلى السلعةِ أو الخدمةِ وتزيدُ من رغبتهِ فيها أو اقتنائها. وتعرَّفُ النوعيةُ أيضا بأنها تلبيةُ احتياجاتِ الزبائنِ أو الوفاءُ بها.[3] ويلاحَظُ أنّ هذا التعريفَ لا يحدِّدُ مكانَ تواجدِ النوعيةِ في الخدماتِ أو المنتجاتِ. ويتّضحُ في هذا الجانبِ أنّ النوعيةَ تتعلَّقُ بجانبٍ مشروطٍ وهو إشباعُ رغباتِ الزبائن المستهدَفين. وقد يحدُثُ عدمُ التطابقِ بينَ النوعيةِ ورضا الزبائنِ لأنّ تفضيلاتِهم متعدّدةٌ ومنَ الصعبِ تجميعُها في منتَجٍ واحدٍ.

1-1-4- التعريفات المتعلّقة بالتصنيع:

ترتكزُ هذه التعريفاتُ على المواصفاتِ والمتطلَّبات اللازمةِ في المنتجِ والخدمةِ بمعنى أنّ النوعيةَ هي الملاءمةُ للاستعمالِ.[4] ويتّضحُ منَ التعريفِ أنّ النوعيةَ هي مدى مطابقةِ المنتَجاتِ والخدماتِ للمواصفاتِ والمتطلّباتِ الموضوعةِ لذلكَ، وأنّ أيَّ انحرافٍ عن هذهِ المواصفاتِ يقلِّلُ من ملاءمتِها للاستعمالِ ويعبِّرُ عن انخفاضٍ في النوعيةِ.

1-1-5- تعريفات مبنية على القيمة والسعر:

يعتمِدُ هذا الجانبُ في تعريفِ النوعيةِ على أساسِ التكلفةِ والسعرِ والقيمةِ المحقَّقةِ، فتعرَّفُ النوعيةُ بأنها الموافَقةُ للاستعمالِ والسعرِ.[5] ويتّضحُ من هذا التعريفِ أنّ قرارَ شراءِ الزبونِ للمنتَجِ أو الخدمةِ يرتكزُ على النوعيةِ والسعرِ والقيمةِ المحقَّقةِ. فالمنتَجُ الأعلى نوعيةً لا يعني عادةً

(1) Vigier, Michel G. La pratique du Q.F.D. France, les éditions d'organisation. P 15.

(2) بندقجي، محمد، رياض. «اتجاهات التدريب على الجودة الشاملة لدى شركات تصنيع المواد الغذائية في منطقة عمان - الأردن» العلوم الإدارية. الأردن، 1996، 23، ص 132.

(3) Kolb, Français. La qualité. France, librairie Vuibert, 2002. p 11.

(4) نجم، نجم، عبود. نظام الوقت المحدد. ليبيا، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1995. ص 65.

(5) Sussland, Willy A. Le manager, la qualité et les norms ISO. France, les presses de la SNI Jaques et Demontrond, 1996. p 16.

الأفضلَ قيمةً، فلقبُ أفضلِ نوعيةٍ يصفُ المنتَجَ أو الخدمةَ الأحسنَ شراءً.

6-1-1- تعريفات مبنية على الأهداف:

تعني النوعيةُ في هذا الجانبِ معيارَ الكمالِ الذي يجبُ مراعاتُه في كلِّ الأوقاتِ وهيَ جهدٌ مستمرٌ لتطويرِ المنتَجاتِ والخدماتِ فلا يوجدُ حدٌّ معيَّنٌ للنوعيةِ يمكنُ الوقوفُ عنده.(1) ومن هنا يتبيّنُ أنّ النوعيةَ هدفٌ يمكنُ قياسُه وليس فقط إحساسًا بالصلاحية.

7-1-1- تعريفات مبنية على جانب الاستراتيجية:

النوعيةُ في هذا الجانبِ محدودةُ الزمنِ وتؤدِّي إلى ميزةٍ تنافسيةٍ للمنتجاتِ والخدماتِ مقارَنةً بالمنتَجاتِ والخدماتِ الأخرى الموجودةِ في السوقِ التي تؤدّي الوظائفَ نفسَها.(2) ويتّضحُ من هذا التعريفِ أنّ النوعيةَ خطّةٌ ضمنَ استراتيجيةٍ تسعى المؤسّسةُ لبُلوغِها في زمنٍ محدَّدٍ قصدَ إحداثِ الميزةِ التنافسيةِ على بقيةِ المنافِسين.

وتوجَدُ دراساتٌ أخرى تصنِّفُ تعريفَ النوعيةِ إلى تعاريفٍ تقليديةٍ وحديثةٍ تتضمّنُ التعاريفَ الرسميةَ وتعاريفَ عامّةً للمؤلِّفين وتعاريفَ المختصّين في النوعيةِ.(3)

مما تقدَّم يمكنُ القولُ إنّ:

- النوعيةَ لا تكمنُ في المنتَجاتِ فقط بل تتعدّاها إلى الخدمةِ؛
- النوعيةَ معيارُ التميّزِ والكمالِ يجبُ تحقيقُه؛
- النوعيةَ معيارٌ لتقييمِ النجاحِ؛
- النوعيةَ ليست إرضاءً للعملاءِ فحسب، بل إدخالٌ للسعادةِ على نفوسِهم؛
- مطابقةَ نوعيةِ المنتَجِ أو الخدمةِ للمواصفاتِ الموضوعةِ له واجبةٌ؛

---

(1) عبد الباقي، صلاح الدين. قضايا إدارية معاصرة. مصر، الدار الجامعية، 1999. ص 142.

(2) رحال، علي ويحياوي، إلهام. «الجودة والسوق». مجلة آفاق. الجزائر، 2001، 5، ص ص 42-46.

(3) المرجع نفسه. ص ص 42-46.

- النوعيةَ هدفٌ يمكنُ قياسُه؛
- النوعيةَ مرتبطةٌ بالتكاليفِ فلا اعتبارَ للنوعيةِ عندَ ارتفاعِ تكاليفِ الحصولِ عليها؛
- متطلّباتِ الزبائنِ وحاجاتِهم قد تتغيَّرُ معَ الوقتِ، لذلك من الواجبِ مراجعةُ مواصفاتِ المنتَجاتِ والخدماتِ بصفةٍ مستمرَّةٍ حتّى تكونَ دائمًا متوافقةً مع متطلَّباتِ الزبائنِ وحاجاتِهم وتوقُّعاتهم؛
- مصطلحَ النوعيةِ لا يُستخدَمُ للتعبيرِ عنِ المقارنةِ أو التفاضلِ والتميُّزِ بين منتَجَين أو خدمتين لمستهلِكين مختلفَين.

رغمَ الاختلافاتِ في وجهاتِ النظرِ لمفهومِ النوعيةِ، يمكنُ القولُ مما تقدّم إنّ:

النوعيةَ مجموعةٌ من الخصائصِ المتعلّقةِ بالمنتَجِ أو الخدمةِ توفِّرُ القدرةَ على الوفاءِ بمتطلّباتِ المستهلِك أو المستعمِلِ وحاجاتِه وتوقّعاتِه في الوقتِ الذي يريدُه وبسعرٍ يلائِمُه، مع وجوبِ إنتاجِهما طبقًا لمقاييسٍ موضوعةٍ مسبقًا وبأقلِّ التكاليفِ لأداءِ دورِهما الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والبيئي وتحقيقِ الرضى والسعادةِ للمستعمِلِ والمستهلِك.

وعادةً ما تعرَّفُ النوعيةُ وفقًا لعدّة أبعادٍ تتعلّقُ بالمستهلِك أو المستعمِلِ.

2-1- أبعاد النوعية:

تتحدّدُ أبعادُ النوعيةِ بما يلي[1]:

- **الأداء:** يشيرُ هذا البعدُ إلى الخصائصِ الرئيسيةِ التي يتميّزُ بها المنتَجُ أو الخدمةُ مثلَ سعةِ اسطوانةِ المحرِّكِ في السيارةِ الخ؛
- **الاعتمادية:** يشيرُ هذا البعدُ إلى الثباتِ في الأداءِ، أي يجبُ أن تكونَ هناك درجةٌ من الاعتماديةِ والثقةِ في أداءِ المنتَجِ والخدمةِ؛

(1) البكري، سونيا. مرجع سابق. ص ص 15-17.

- **الصلاحية:** يشيرُ هذا البعدُ إلى مدّة بقاءِ المنتَجِ أو الخدمةِ ويعني طولَ فترةِ حصولِ الزبونِ على المنفعةِ منهما؛
- **الخصائص (النواحي الخاصّة):** يشيرُ هذا البعدُ إلى الخصائصِ الإضافيةِ للمنتَجِ أو الخدمةِ مثلَ الكمالياتِ التي تضافُ إلى السيارةِ كمكيِّفِ الهواءِ؛
- **المطابقة (التوافق):** يشيرُ هذا البعدُ إلى مدى تطابقِ مواصفاتِ المنتَجاتِ أو الخدماتِ مع توقّعاتِ المستهلِك أي مدى قدرتها على تلبيةِ حاجاتِ الزبون ورغباتِه وفقَ ما كان يتوقّعُه؛
- **خدمات ما بعد البيع:** يشيرُ هذا البعدُ إلى مستوى النوعيةِ والسرعةِ في التعاملِ مع شكاوى العملاءِ وتذمُّرِهم بعدَ حصولهم على المنتَجِ أو الخدمةِ. ويحقِّقُ هذا البعدُ ميزةً تنافسيةً للمنظّماتِ تؤدِّي إلى زيادةِ حصّتِها السوقيةِ فتزيدُ أرباحُها.

1-3- خصائص النوعية:

تتضمّنُ النوعيةُ عدّةَ خصائصٍ تتميّزُ بكونها جوهريةً في المنتَجِ أو الخدمةِ أو منسوبةً إليهما. كما يمكنُ أن تكونَ كمّيةً يمكنُ قياسُها أوحسّيةً لا يمكنُ قياسُها، ومنها ما يلي[(1)]:

- خصائص فيزيائية: مثلَ الجانبِ الميكانيكي والكيميائي والبيولوجي الخ؛
- خصائص حسّية: مثل الشمِّ والذوقِ؛
- خصائص سلوكية: مثلَ الأدب والأمانة والصدق؛
- خصائص زمنية: مثل الانتظام والوفرة؛
- خصائص التشغيل: مثل الخصائصِ الفيزيولوجيةِ المتعلّقة نسبيا بأمنِ الأشخاص؛
- خاصّية الأداء: مثل السرعةِ وسعةِ المركبة.

(1) Détrie, Philippe. Conduire une démarche qualité. France, éditions d'organisation, 1998. pp 21-22.

1-4- أهداف النوعية:

يمكنُ تحديدُ أهمِّ أهدافِ النوعية في المنتَجِ أو الخدمةِ فيما يلي[1]:

- إرضاءُ رغباتِ الزبائنِ وينجُم عنه:
  - الاحتفاظُ بالزبائنِ الحاليين؛
  - جلبُ زبائنَ مرتَقبين؛
- تقديمُ منتَجاتٍ أو خدماتٍ تنسجمُ مع توقُّعاتِ المستهلِكين وحاجاتهم؛
- القضاءُ على اللانوعيةِ المسبِّبةِ للخسائرِ الماليةِ للمنظَّمة والمستهلِك على حدٍّ سواءٍ، بالإضافةِ إلى نفورِ الزبائنِ وعزوفِهم عن اقتناءِ واستعمالِ المنتَجاتِ والخدماتِ المتميِّزةِ باللانوعية؛
- التميُّزُ في الأداءِ عن طريقِ تطويرِ وتحسينِ المنتَجاتِ والخدماتِ بصفةٍ مستمرَّة؛
- توفيرُ المنتَجاتِ والخدماتِ وفقَ متطلَّباتِ الزبائنِ من حيثُ النوعيةِ وتكلفةِ الوقت والاستمراريةِ؛
- تحقيقُ الربحيةِ والقدرةِ التنافسيةِ في السوقِ، إذ يُعدُّ التحسّنُ المستمرُّ في النوعيةِ مؤشِّرا لزيادةِ المبيعاتِ التي من شأنها زيادةُ الربحيةِ وخلقُ الحصصِ السوقيةِ الكبيرةِ والقدرةِ على المنافسةِ.

1-5- مواصفات النوعية:

لا يمكنُ الحديثُ عن النوعيةِ دونَ التطرُّقِ إلى المواصفاتِ المطلوبةِ لتحقيقِها. فكلَّما كانت دقيقةً وموضَّحةً كانت النوعيةُ عاليةً وهذا متعلِّقٌ بمدى إمكانيةِ تحقيقِ هذه المواصفاتِ على أرضِ الواقعِ، وهناك نوعان من المواصفاتِ هما[2]:

---

(1) حمود، خضير، كاظم. إدارة الجودة الشاملة. الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2000. ص 83.
(2) عبد العزيز، سمير محمد. اقتصاديات جودة المنتج. مصر، مطبعة الإشعاع الفنية، 2000. ص ص 28-35.

1-5-1- المواصفات القابلة للقياس:

وتشملُ كلُّ المواصفاتِ الخاصَّة بالمنتَجاتِ الماديةِ بالخصوصِ، والتي يمكنُ قياسُها عن طريقِ وحداتٍ معينةٍ خاصّةٍ بكلِّ مواصفةٍ كالأحجامِ والأبعاد؛

2-5-1- المواصفات المعنوية:

وهي المواصفاتُ التي لا يمكنُ قياسُها مثلَ الطعمِ والرائحةِ والجمالِ، وذلك لعدمِ تواجدِ أجهزةٍ تساعدُ في اختبارِها في المنتَجِ أو الخدمةِ. والفكرةُ الأساسيةُ في قياسِ الخصائصِ المعنويةِ للنوعيةِ هي أنّ الزبونَ على حقٍّ في رضاه أو سخطه، ولذلكَ يؤْخذُ برأيِه دائما وبردِّ فعلهِ من خلال تفضيلاتِ النوعية وأولويّاتها لديه وحساسيته اتجاه منتَجاتٍ وخدماتٍ معيّنةٍ.

6-1- علامات النوعية:

إنّ الرقابةَ الإلزاميةَ على المنتجاتِ والخدماتِ ليست كافيةً للقضاءِ على ظاهرةِ انخفاضِ النوعيةِ أو عدمِ المطابقةِ للمواصفاتِ. فكان من الضروري العملُ على إنشاءِ حافزٍ اختياري للمنظّماتِ ذاتِ المنتَجاتِ والخدماتِ المطابقةِ للمواصفاتِ القياسيةِ الوطنيةِ بمنحِها حقَّ وضعِ علامةِ النوعيةِ عليها.

1-6-1- تعريف علامات النوعية:

هي رمزٌ يحملُه المنتَجُ أو الخدمةُ دلالةً على مطابقتهما للمواصفاتِ القياسيةِ الوطنيةِ في كلِّ جوانبها.[1] وفي ذلك توفيرٌ لجهدِ المستهلِك وحرصٌ على وقتِه وتوجيهٌ له بطريقةٍ سهلةٍ إلى منتَجٍ أو خدمةٍ يلبّيان رغباتِه واحتياجاتِه. وتعتَبَرُ علاماتُ النوعيةِ عقْدًا فنّيًا بين المنتِجِ والمستهلِك في إطارِ النصوصِ والقوانين التي تضمنُها المواصفاتُ. وتتضمَّنُ علاماتُ النوعيةِ درجاتٍ مختلفةً

---

(1) راشد، أحمد وحمودة، عبد المنعم. أساسيات التقييس وجودة الإنتاج. مصر، دار الجامعات المصرية، 1976. ص ص 136-142.

تُمنحُ للمنتَجات أو الخدماتِ المطابقةِ للمواصفاتِ القياسيةِ الوطنيةِ أو التي تفوقُ نوعيتُها هذه المواصفاتِ.

1-7- شهادات النوعية:

يُقصدُ بشهاداتِ النوعيةِ تلكَ الشهاداتُ التي تُمنحُ للمنظّماتِ من جانبِ الجهاتِ المعتمدةِ والتي تفيدُ أنّ للمنظّمة مقوّماتٍ تتوافقُ مع المستوياتِ الموضوعةِ لهذا الغرضِ.[(1)]

ولقد أُنشِئتْ عدّةُ شهاداتٍ للنوعيةِ تشجيعا للمنظّماتِ المشاركةِ في حركةِ النوعيةِ سيتمُّ التطرّقُ لبعضِها معَ التركيزِ على شهادةِ المنظّمةِ العالميةِ للتوحيدِ القيَاسي (الإيزو) لأنّه ثبتَ بالتجربةِ العالميةِ أنّها من أحسنِ الشهاداتِ التي تؤدّي إلى رفعِ مستوى النوعيةِ في المنتَجاتِ أو الخدماتِ، هذه الشهاداتُ هي[(2)]:

1-7-1- شهادة منظّمة نيجيريا للتوحيد القياسي:

أُنشِئتْ هذه الشهادةُ حديثًا وتُمنَحُ للمنظّمات المحلّيةِ التي تحقِّقُ مواصفاتٍ قياسيةً للنوعيةِ العالميةِ؛

1-7-2- شهادة مالكوم بولدريج:

مالكوم بولدريج هو وزيرُ التجارةِ الأمريكيةِ في 1987م وشهادتُه أهمُّ وأرقى وأشملُ شهادةٍ في وزارةِ التجارةِ الأمريكيّةِ، وقد بَدأَ منحُها عامَ 1988م في ذكرى مؤسِّسها. ويُقصَدُ بها تكريمُ وتشجيعُ المنظّماتِ التي أظهَرت التزامًا كبيرًا في تحسينِ النوعيةِ وتشجيعِ الوعيِ الخاصِّ بها في الصناعةِ الأمريكيّةِ؛

---

(1) زين الدين، فريد عبد الفتاح. فن الإدارة اليابانية – حلقات الجودة المفهوم والتطبيق. مصر، مطبعة الإشعاع الفنية، 1998. ص 87.

(2) باديرو، إيديجي. الدليل الصناعي إلى إيزو. (ترجمة) هلال، فؤاد. دار الفجر للنشر والتوزيع. ص ص 13-14

1-7-3- شهادة مينيسوتا للنوعية:

جاءت على نهجِ بولدريج. حصلتْ على الاعترافِ الوطني في الولاياتِ المتّحِدة الأمريكيّةِ بفضلِ نموذجِها المتكاملِ ويتكوّنُ من أربعةِ معاييرٍ هي الاتجاهُ القائدُ والأنظمةُ والقياساتُ والهدفُ، ويُقصدُ بالاتّجاهِ القائدِ القوةُ الدافعةُ التي تسهِّلُ وتطوِّرُ جهودَ النوعيةِ وتحسِّنُها.

وتوجدُ أمثلةٌ أخرى لشهادةِ النوعيةِ كشهادةِ ماساشوستس للنوعيةِ وشهادةُ ولايةِ أوكلاهوما للنوعيةِ.

1-7-4- شهادة النوعية لمنظّمة التوحيد القياسي (إيزو):

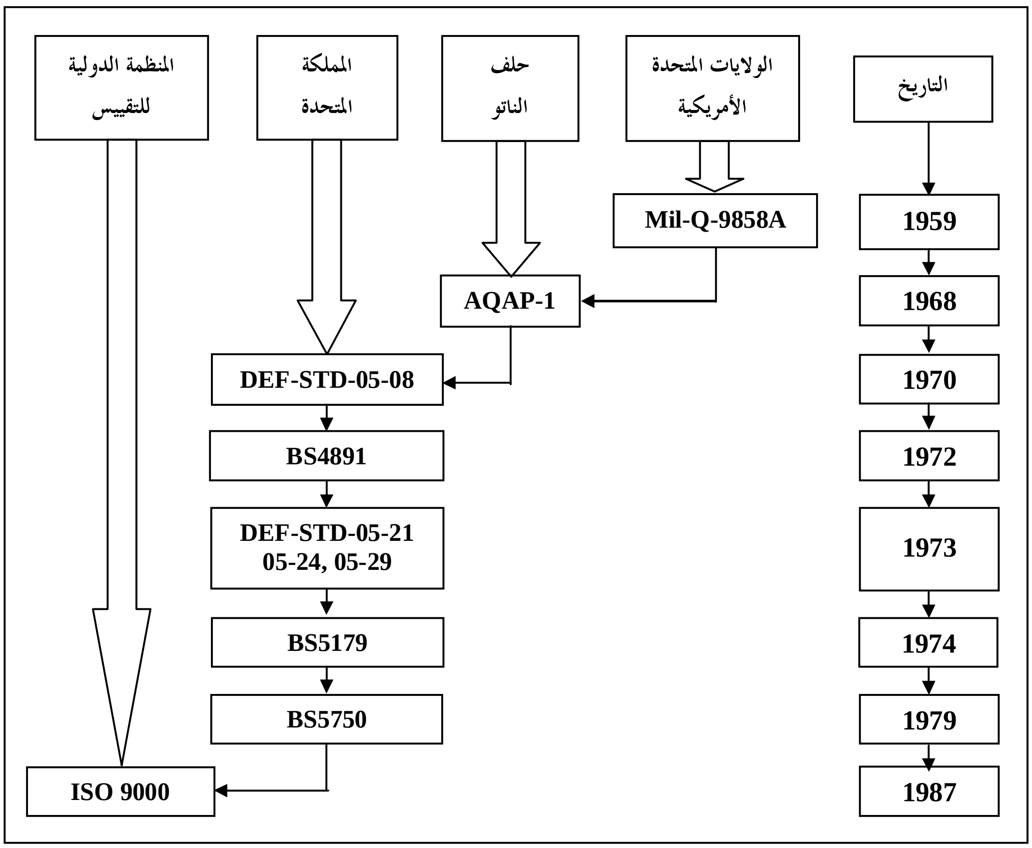
إنّ إنشاءَ شهادةِ الإيزو للنوعيةِ هو إحدى النتائجِ التي تعكسُ الوعيَ بالمواصفاتِ القيّاسيةِ العالميّةِ للنوعيةِ. وتعكسُ هذه الشهادةُ اتجاهَ التيارِ العالمي الحديثَ لتوقُّعاتِ المستهلِك المتزايدةِ بالنسبةِ للنوعيةِ.

1-7-4-1- نشأتها:

اشتمَلت شهادةُ النوعيةِ الممنوحةُ بعدَ الحربِ العالميّةِ الثانيةِ على المواصفاتِ التي تهدفُ إلى كشفِ المنتَجاتِ المعيبةِ وعزلِها بهدفِ منعِها من الوصولِ إلى المواطنين لكنّها لم تكن كافيةً لتحقيقِ رضا الزبائنِ. فظَهرت عامَ 1950 شهادةُ النوعيةِ للمواصفاتِ العسكريةِ الأمريكيّةِ تتضمّنُ الوقوفَ على إعدادِ برامجٍ نوعيةٍ في التصنيعِ تبعها صدورُ منشورِ الحلفاءِ لضمانِ النوعيةِ عامَ 1968. وبعدَ ذلك بفترةٍ قصيرةٍ أي سنةَ 1970 أصدَرت وزارةُ الدفاعِ للمملكةِ المتّحدةِ شهادةً لمواصفاتٍ عسكريةٍ للنوعيةِ مماثلةً إلى حدٍّ كبيرٍ لمنشوراتِ الحلفاءِ، وهكذا تَوالَت الإصداراتُ منَ المعهدِ البريطاني ووزارةِ الدفاعِ لتُقارِبَ خمسةَ إصداراتٍ لغايةِ 1984 حيثُ قامَ المعهدُ البريطاني لتشجيعِ المنظّمةِ الدوليةِ للتوحيدِ القياسي على إصدارِ مواصفةٍ دوليةٍ مماثِلةٍ وإقامةِ شهاداتٍ لها وتمَّ ذلك في 1987 على شكلِ سلسلةِ المواصفاتِ القياسيةِ (ISO 9000) ووضِعَت لها شهادةُ النوعيةِ تمنحُ لكلِّ منظّمةٍ تُثبِتُ احترامَها لهذه المقاييسِ. وقامَت المنظّمةُ

الدوليةُ للتوحيدِ القياسي بمراجعةِ هذهِ المواصفاتِ وإعادةِ إصدارِها عامَي 1994 و2000.[1]

إنّ عائلةَ إيزو هي مواصفاتٌ عامّةٌ يمكنُ استخدامُها من قِبَلِ أيِّ منظّمةٍ صغيرةً أو كبيرةً، إنتاجيةً أو خدماتيةً. والشكلُ الموالي يوضّحُ الخلفيةَ التاريخيةَ لعائلةِ المواصفاتِ القياسيةِ الدوليةِ الإيزو.



شكل رقم (1): الخلفية التاريخية لعائلة المواصفات القياسية العالمية ISO

المصدر: السلطي، مأمون وإلياس، سهيلة. دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة. ص24.

(1) السلطي، مأمون وإلياس، سهيلا. دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة. لبنان، دار الفكر المعاصر، 1999. ص ص 23-25.

1-7-4-2- تعريف شهادة الإيزو 9000:

هي شهادةٌ تمنحُها المنظّمةُ الدوليةُ للتوحيدِ القياسي للمنظّماتِ التي تتوفّرُ لديها مجموعةٌ من المقاييسِ والمعاييرِ التي تتعلّقُ بمستوى معيّنٍ تشترطه هذهِ المنظّمةُ الدوليةُ.[1] و تؤكّدُ هذه الشهادةُ على وجودِ مستوى قياسي عالمي للنوعيةِ في المنظّمةِ.

والإيزو سلسلةٌ من المواصفاتِ المكتوبةِ تصفُ العناصرَ الرئيسيةَ المطلوبَ توفّرُها في نظامِ إدارةِ النوعيةِ الذي يتعيّنُ أن تضمنَه وتتبنّاهُ إدارةُ المنظّمةِ للتأكّدِ من أنّ مستوياتِ منتجاتها وخدماتها تتوافقُ مع رغباتِ الزبائن وتوقّعاتهم أو تفوقُها. وترمي هذهِ المواصفاتُ إلى تشجيعِ إنشاءِ تطبيقاتٍ ثابتةٍ للنوعيةِ في كلّ الدولِ توفّرُ لغةً ومصطلحاتٍ مشترَكةً للتفاوضِ والنقاشِ والتصنيعِ وتقديمِ الخدماتِ.[2]

1-7-4-3- أنواع شهادة الإيزو 9000:

تتضمّنُ هذهِ الشهادةُ أنواعًا عديدةً تبعًا للمواصفاتِ القياسيةِ للإيزو، والجدولُ الموالي يتضمّنُ تلخيصًا لهذهِ الشهاداتِ وطبيعةِ مواصفاتِ الإيزو ومجالاتِ تطبيقِها.

(1) عقيلي، عمر، وصفي. المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة. الأردن، دار وائل للنشر، 2001. ص 63.
(2) عبد العزيز، سمير، محمد. جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والإيزو 9000 و10011. مصر، مطبعة الإشعاع الفنية، 1999. ص ص 9-10.

جدول رقم (1): أنواع شهادات الإيزو ومواصفاتها ومجالات تطبيقها

الشهادة	عنوان المواصفات	مجالات تطبيقها
الإيزو 9001	نموذجٌ لتوكيدِ النوعيةِ في التصميمِ والإنتاجِ والتجهيزِ والخدمةِ	المنظّماتُ الهندسيةُ والخدميةُ والإنشائيةُ التي تتضمّنُ عمليةَ تصميمِ وتطويرِ الإنتاجِ والتجهيزِ وخدماتِ ما بعدَ البيعِ
الإيزو 9002	نموذجٌ لتوكيدِ النوعيةِ في الإنتاجِ والتجهيزِ	المنظّماتُ ذاتُ الإنتاجِ المتكرِّرِ التي قوامُها الإنتاجُ والتجهيزُ ويدخلُ التصميمُ فيعملِها مثلَ الصناعاتِ الكيماويةِ
الإيزو 9003	نموذجٌ لتوكيدِ النوعيةِ في الفحصِ والتفتيشِ النهائيّينِ	تُناسبُ الوُرشَ الصغيرةَ أو الموزِّعين للأجهزةِ التي يُكتَفى بفحصِها النهائي

المصدر: حمود، خيضر. مرجع سابق. ص 118.

مما تقدّمَ يتّضِحُ أنّ الإيزو 9001 و9002 و9003 شهاداتٌ تُمنحُ للمنظّماتِ التي توفِّرُ شروطَ منحِها وهي ذاتُ صفةٍ تعاقديةٍ تتضمّنُ طبيعةَ التزامِ المنظّماتِ المنتِجةِ تجاهَ الزبونِ بأنّ منتَجاتِها وخدماتِها موافقةٌ لمواصفاتٍ محدَّدةٍ في شهادةِ الإيزو. أمّا الإيزو 9000 و9004 فهي مرشِدُ المنظّماتِ لتطبيقِ إدارةِ النوعيةِ يمَكِّنُها من الحصولِ على إحدى الشهاداتِ السابقةِ كما تتضمّنُ الإيزو 9000 مصطلحاتٍ أساسيةً لاختبارِ معاييرِ الإيزو واستخدامِها. وتشترطُ المنظّمةُ العالميةُ للمقاييسِ المانحةُ لهذهِ الشهادةِ أن تحتفظَ المنظَّمةُ لديها بسجلاّتٍ للنوعيةِ عددُها 17 سجلاً لكي تُثبتَ أنّ نظامَ النوعيةِ لديها يعملُ بكفاءةٍ.

كما أصدرت المنظّمةُ الدوليةُ للتوحيدِ القياسي شهادةً جديدةً لمواصفاتٍ جديدةٍ تهدفُ إلى حمايةِ البيئةِ ورعايتِها سمّيت بشهادةِ الإيزو 14000. وتتضمّنُ هذه المواصفاتُ معاييرَ محدَّدةٍ لحمايةِ البيئةِ يجبُ على المنظّماتِ توفيرُها في المنتَجات والخدماتِ وعملياتِ التصنيعِ التي تنفِّذُها.

1-7-4-4- فوائد الحصول على شهادة الإيزو:

إنّ الحصولَ على شهادةِ الإيزو تنتُجُ عنه فوائدٌ عديدةٌ هي[1]:

- المساعدةُ على ضبطِ عمليةِ الإنتاجِ والتحقُّقُ من نوعيتِها؛
- اقتناعُ الزبائنِ بأنّ المنتَجَ أو الخدمةَ ذو مستوى نوعيةٍ عالي، وهي أداةٌ تسويقيةٌ لها؛
- التفوُّقُ على المنافسين الذين لم يحصُلوا على شهادةٍ والحصولُ على حصّةٍ أكبرَ من السوقِ؛
- تخفيضُ شكاوى الزبائنِ من خلالِ تقديمِ مستوى النوعيةِ المطلوبِ؛
- تساعدُ دخولَ الأسواقِ العالميةِ؛
- رفعُ الروحِ المعنويةِ للعاملين من خلالِ تفاخُرِهم بالعملِ لدى المنظّماتِ الحائزةِ على شهادةِ الإيزو؛
- تصبحُ المنظّمةُ مكانًا لاستقطابِ القوى العاملةِ المتميِّزةِ؛
- زيادةُ أرباحِ المنظّمةِ من خلالِ زيادةِ رقمِ مبيعاتها.

1-8- محدّدات النوعية:

تنقسمُ المحدِّداتُ التي تؤثِّرُ على نوعيةِ المنتجاتِ والخدماتِ سواءً بالإيجابِ أو السلبِ إلى قسمين هما[2]:

1-8-1- المحدِّدات الخارجية:

وهي التي تكونُ خارجَ المنظّمةِ المنتِجةِ وأهمُّها:

- تغيُّرُ أذواقِ المستهلِكين باستمرارٍ يستوجِبُ على المنظّمةِ أن تواكبَ هذه التغيّراتِ حتى تلبِّي هذه الأذواقَ؛

---

(1) عقلي، عمر. مرجع سابق. ص ص 67-68.

(2) عبد المحسن، محمد توفيق. تخطيط ومراقبة جودة المنتجات. مصر، جامعة الزقازيق، 1996. ص 12.

- زيادةُ المنافسةِ تجعلُ المنظّمةَ تشدِّدُ على معاييرِ النوعيةِ حتى لا تفقِدَ حصّتَها في السوقِ؛
- درجةُ استقرارِ الطلبِ على المنتَجاتِ والخدماتِ أي التحسُّنُ المستمِرُّ للنوعيةِ؛
- مدى دعمِ الدولةِ لعمليةِ البحوثِ والتطويرِ في مجالِ النوعيةِ؛

1-8-2- المحدّدات الداخلية:

وتتواجدُ ضمنَ البيئةِ الداخليةِ للمنظّمةِ من أهمِّها:

- مستوى نوعيةِ التصميمِ انطلاقًا منَ الدراساتِ المتوصَّلِ إليها لكلٍّ منَ السوقِ والمنافِسين وحجمِ الطلبِ؛
- مستوى أداءِ العمّالِ مرتبطٌ بالسياسةِ الفعّالةِ لاختيارِ الأفرادِ وتدريبِهم وتقييمِ أدائهم؛
- مدى توفّرِ نظامٍ فعّالٍ للمعلوماتِ يخُصُّ النوعيةَ وكذلك فعاليةَ نظامِ المراقبةِ؛
- فلسفةُ واتجاهاتُ مسيِّري المنظّمةِ نحوَ النوعيةِ.

1-9- تكاليف النوعية:

كانَ الاعتقادُ السائدُ أنّ على الإدارةِ أن تختارَ بينَ النوعيةِ والتكلفةِ وذلك لاعتقادِها أنّ تحسينَ النوعيةِ وتحقيقَها يؤدّي دائمًا إلى زيادةِ التكاليفِ. ولقد أظهَرت التجاربُ في مختلَفِ دولِ العالمِ أنّ هذَا ليسَ حقيقيًّا، فالنوعيةُ تؤَدّي إلى زيادةِ الإنتاجيّةِ وتخفيضِ التكاليفِ ومن ثمّ زيادةِ المبيعاتِ وزيّادةِ الأرباحِ. ويُقصَدُ بتكاليفِ النوعيةِ الفارقَ بين التكلفةِ الفعليّةِ للمنتَجِ أو الخدمةِ وما يمكنُ أن تكونَ عليهِ هذهِ التكلفةُ لو أَمكنَ تجنُّبُ تدنّي مواصفاتِ الخدمةِ أو المنتَجِ أو فشلِهما أو وجودِ عيوبِ التصنيعِ.(1)

(1) محرم، احمد وفهمي، محمد. تكاليف الجودة. مصر، مركز نور الإيمان، 2000. ص 19.

ويتَّضحُ ممّا سبقَ أنّ تكاليفَ النوعيةِ يمكنُ اعتبارُها مقياسًا للتكلفةِ المرتبطةِ بتحقيقِ النوعيةِ في المنتَجِ أو الخدمةِ، ويتضمّنُ ذلكَ كافّةَ النفَقاتِ التي تصرفُها المنظّمةُ وتحقِّقُ من ورَائها عائدًا أو قيمةً تُضافُ للقيمةِ الكلّيةِ المحقَّقةِ. وتُعتبَرُ نفقاتٍ استثماريةً لأنّ لها عائدٌ مثلَ متطلّباتِ المنتجاتِ والخدماتِ التي تحدِّدُها المنظّمةُ أو العقُودُ المبرَمةُ، وتشملُ هذهِ المتطلّباتُ مواصفاتٍ تسويقيةً ورسومًا هندسيةً وإجراءاتٍ تنظيميةً ونفقاتِ تحسينِ وتطويرِ الخدماتِ إرضاءً للزبائنِ وأيَّ وثائقٍ أو إجراءاتٍ تقومُ بها المنظّمةُ لأجلِ تحقيقِ النوعيةِ في منتَجاتِها أو خدماتها.

وتتضمّنُ تكاليفُ النوعيةِ أيضًا التكاليفَ المستتِرةَ مثلَ الجهدِ والوقتِ في الإدارةِ والأعطالِ في الورْشةِ والطاقاتِ العاطلةِ.

مما تقدّمَ يتّضحُ أنّ تكاليفَ النوعيةِ لا تقتصرُ على المنظّماتِ الإنتاجيةِ ولكنّها تتواجدُ أيضا في المنظّماتِ الخدميةِ. و توفِّرُ برامجُ تكاليفِ النوعيةِ المعلوماتِ اللازمةَ لتحقيقِ النوعيةِ في التكاليفِ التي تؤدّي بالمنظّمةِ لتحقيقِ الميزةِ التنافسيةِ وبالتالي زيادةُ المبيعاتِ والأرباحِ.

1-10- **اللانوعية:**

تعرَّفُ اللانوعيةُ على أنها الانحرافُ العامُّ أو الفارقُ الموجودُ بين النوعيةِ المطلوبةِ "المعياريةِ" والنوعيةِ المحصَّلِ عليها "المحقَّقةِ".(1) وينتُجُ هذا الفارقُ من جرّاءِ عيبٍ أو من عدمِ المطابَقةِ للشرُوطِ والمواصَفاتِ المطلوبةِ.

1-10-1- تكاليف اللانوعية:

يُقصَدُ بتكاليفِ اللانوعيةِ تلكَ النفقاتُ التي تُصرَفُ ولا يتحقَّقُ منها عائدٌ أو قيمةٌ وكذلك النفقاتُ التي تتحمّلُها المنظّمةُ نتيجةَ الهدرِ والإسرافِ في استخدامِ المواردِ.(2) ومن أمثلةِ هذا النوعِ: تكلفةُ الزمنِ الضائعِ في تصليحِ الأخطاءِ وتكلفةُ عدمِ رضى الزبونِ وبوجهٍ عامٍّ هي

(1) Jacou, Pièrre et Lucas, Frédéric. Au cœur du changement. France, jouve, 1992. p 209.
(2) عقلي، عمر. مرجع سابق. ص ص 120-121.

صرْفُ نفقاتٍ وإضاعةُ الوقتِ في مجالاتٍ لا تحقِّقُ عائدًا.

1-10-2- أنواع تكاليف اللانوعية:

تتضمّنُ تكاليفُ اللانوعيةِ الأنواعَ التالية(1):

- تكاليفَ الانحرافِ الخارجي: هي تكاليفُ الأخطاءِ المصحَّحةِ حولَ شكاوَى الزبائنِ مثلَ تعويضاتِ مصاريفِ سحبِ المنتوجاتِ ومرتَجَعاتِ العملاءِ والزبائنِ وتكاليفَ معالجةِ الشكاوَى؛
- تكاليفَ الانحرافِ الداخِلي: هي تكاليفُ أخطاءٍ مصحَّحةٍ قبلَ تقديمِ المنتجاتِ والخدماتِ مثلَ تكاليفِ الإصلاحِ والاختبارِ؛
- تكاليفَ الاكتشافِ: هي تكاليفُ المراقبةِ مثلَ مراجعةِ المنتَجاتِ والخدماتِ؛
- تكاليفَ التوقُّعِ: تتضمّنُ الاستثماراتِ لأجلِ المراجعةِ والبحثِ وتقليلِ الانحرافاتِ.

1-10-3- أهمّية قياس تكاليف اللانوعية:

إنّ قيّاسَ تكاليفِ اللانوعيةِ أداةٌ تسمحُ بـــ(2):

- تصحيحِ الانحرافِ أو الاتجاهِ وذلكَ بإعادةِ توجيهِ نشاطِ المنظّمةِ نحوَ تحقيقِ الأهدافِ المسطَّرةِ قبلَ فواتِ الأوانِ؛
- توفيرُ قاعدةِ البياناتِ لإنشاءِ لوحةِ قيادةٍ للنوعيةِ في المنظّمةِ؛
- المساهمةِ في تكوينِ مخطّطٍ عملي توضَّحُ فيه الأولوياتُ والأهدافُ والاستثماراتُ الضروريةُ؛
- قيّاسِ كفاءةِ الأداءِ؛

---

(1) Baruche, Jean-Pierre. La qualité du service dans l’entreprise. France, les éditions d’organisation, 1992. p 43.

(2) Groupement des autorités responsables de transport GART, la qualité dans les services publics de transport de personnes : sa traduction dans les conventions. France, Public imprin, 1994. p 22.

- التجديدِ العلمي الذي يوضِّحُ أهميةَ الانحرافِ ونسبتَه؛
- تستخدَمُ تقاريرُ اللانوعيةِ لإبرازِ نقاطِ القوةِ والضعْفِ في نظامِ النوعيةِ المطبَّقِ على مستوى المنظّمةِ وذلكَ بالوقوفِ على مناطقِ المشاكلِ في نظامِ النوعيةِ التي تتّسمُ بارتفاعِ تكلفتِها، وكلُّ مشكلةٍ يتمُّ حلُّها تعتبَرُ فرصةً لتحسينِ الأداءِ.

مما تقدّمَ يمكنُ القولُ إنّ هناكَ علاقةً عكسيةً بينَ تكاليفِ النوعيةِ واللانوعيةِ، إذْ كلّما زادت الأولى أدّى ذلكَ إلى تناقُصِ الثانيةِ. فزيادةُ تكاليفِ الإنفاقِ على تحسينِ الرقابةِ على الإنتاجِ وتقديمِ الخدماتِ ينجُمُ عنها قلّةُ الأخطاءِ ويقِلُّ معَها عددُ الوحداتِ المعيبةِ، فتنخفِضُ بالتالي معها تكاليفُ اللانوعيةِ. وما يوفَّرُ من تكلفةِ اللانوعيةِ يُترجَمُ مباشرةً إلى أرباحٍ.

1-11- مصطلحات متعلّقة بالنوعية:

يتعلّقُ مفهومُ النوعيةِ بعدّةِ مصطلحاتٍ تساعِدُ على استيعابٍ أكثرَ لهذَا المفهومِ. والمصطلحاتُ هي:

1-11-1- الجودة:

إنّ النوعيةَ والجودةَ مصطلَحانِ مختلِفان. فالجودةُ مرتبطةٌ بالعناصرِ الداخليةِ للمنتَجِ أو الخدمةِ أو الكيفيةِ التي يتمُّ تقديمُها بها أو الحصولُ عليها كالذوقِ وسلامةِ المنتَجِ عندَ الاستعمالِ. أمّا النوعيةُ فهي مرتبطةٌ بالخصائصِ الخارجيةِ للمنتَجِ أو الخدمةِ كطريقةِ التصميمِ أو التغليفِ.[1]

ورغمَ هذهِ الاختلافاتِ في وجهاتِ النظرِ يمكنُ القولُ إنّ النوعيةَ والجودةَ تشتمِلان على الجانبين المعنوي والكمّي في الخدماتِ والمنتَجاتِ. لكنَّ المصطلَحَ الأكثرَ تداولاً للمنتَجاتِ هو الجودةُ وللخدماتِ هو النوعيةُ.

(1) أوكيل، سعيد. وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992. ص 85.

1-11-2- حلقات النوعية:

تعرَّفُ حلقاتُ النوعيةِ بأنها عبارةٌ عن أفواجِ عملٍ صغيرةٍ من العمّالِ تتكوّنُ على مستوى المنظّمةِ وتتواجدُ في مكانِ العملِ، تنفِّذُ عن طوعٍ برامجَ تسييرِ النوعيةِ ومراقبتِها.(1)

1-11-3- ضبط النوعية:

هي جميعُ الأسَاليبِ والأنشِطةِ العمليّاتيةِ المستخدَمةِ لتلبيةِ متطلّباتِ النوعيةِ.(2) وتتضمّنُ الأنشطةَ والأساليبَ الهادفةَ إلى مُراقبةِ العمليّاتِ والحدِّ من أسبَابِ الأداءِ غَيرِ المقبولِ. وضبطُ النوعيةِ وسيلةٌ للكشفِ عنِ العُيوبِ وليسَ الوقايةِ مِنها ومنعِ حُدوثِها. ويُعتمَدُ في ذلك بشكلٍ أساسيّ على الرقابَةِ.

1-11-4- ضمان النوعية:

هي جميعُ الأنشطةِ المنهجيّةِ والمنظّمَةِ والمخطَّطِ لها ضِمنَ نظَامِ النوعيةِ لإعطاءِ الثقةِ الكافيةِ بأنّ المنتَجاتِ والخدماتِ قادِرةٌ على تلبيّةِ متطلّباتِ الزبُون.(3) ويَعني هذَا أنّ ضمَانَ النوعيةِ يَعتمِدُ على الوقَايةِ ومنعِ حُدوثِ العُيوبِ والأخطاءِ بدَلاً منَ الكَشفِ عنها.

1-11-5- التخطيط للنوعية:

هي الأنشِطةُ التي تُحدِّدُ الأهدافَ والمتطلَّباتِ الخاصّةَ بالنوعية.(4) وتشملُ تخطيطَ المنتَجِ والخدمةِ والتخطيطِ الإدَاري والعمليّاتي ووَضعِ الترتيبَاتِ اللازمةِ لتَحسينِ النوعيةِ.

---

(1) Ichihra, K. Maîtriser la qualité. France, éditions MARE nostrun, 1996. p 11.

(2) السلطي، مأمون وإلياس، سهيلا. مرجع سابق. ص 27.

(3)Jambart, Claude. L’assurance qualité. France, Economica, 1995. p 13.

(4) السلطي، مأمون وإلياس، سهيلا. مرجع سابق. ص 27.

1-11-6- نظام النوعية:

هي الإجرَاءاتُ والعمليّاتُ اللازمةُ والمسؤولِيّاتُ لتطبيقِ تسيِيرِ النوعيةِ.[1] ويضمُّ هذا النظامُ جميعَ الأنشطةِ المتعلِّقةِ بضبطِ النوعيةِ وضمَانها.

1-11-7- تحسين النوعية:

عبارةٌ عنِ الأعمالِ المتَّخَذةِ من قِبَلِ المنظّمةِ لزيّادةِ فعاليّاتِ الأنشطةِ والعمليّاتِ ومردودِها.[2] ويتمُّ تحسينُ النوعيةِ بعدَّةِ طُرقٍ ومَداخِلٍ ومن خِلالِ ضبطٍ أفضلَ لأنشطةِ العمليّاتِ في المنظّمةِ وتنفيذِها بطريقةٍ جيِّدةٍ.

1-11-8- تسيير النوعية:

هو نظامٌ للأدواتِ والوسائلِ الموضُوعةِ تحتَ التصرُّفِ من أجلِ الحصول على منتَجاتٍ وخدماتٍ موافِقةٍ اقتصاديّا.[3] ويشملُ تسييرُ النوعيةِ في المنظّمةِ الأنشطةَ العامّةَ التي تحدِّدُ سياسةَ النوعيةِ والأهدافَ والمسؤوليّاتِ وتطبيقِها بالاستعانةِ بالوسائلِ مثلَ التخطيطِ بالنوعيّةِ وضبطِ النوعيةِ وضمانِ النوعيةِ ونظامِ النوعيةِ.

1-12- مفهوم الخدمة:

وُضِعَت تعاريفٌ للخدمةِ تعدَّدَت تبعًا لاختلافِ توجُّهاتِ واضِعيها واختِصَاصاهم. وسيتمُّ التطرُّقُ لبعضِ هذهِ التعاريفِ قَصدَ الوُصولِ إلى تعريفٍ شامِلٍ للخدمةِ ومنها:

تُعرّفُ الخدمةُ بأنها «أداءٌ محقَّقٌ أو مجهوداتٌ مبذولةٌ من طرفِ المنظّمةِ وتمثِّل كلَّ نشاطٍ

(1) Jean-Christophe, Broët. Les nouvelles clés de l'ISO 9000 et l'après certification. France, Quercy-cahors-, 1999. p 17.

(2) السلطي، مأمون وإلياس، سهيلا. مرجع سابق. ص ص 29-30.

(3) Ichihra, K. Op. cit., p 11.

مقدَّمٍ من طَرفٍ إلى طرفٍ آخرَ بدونِ تحويلِ الملكيّةِ».[1]

و يبيِّنُ هذا التعريفُ أنّ الخدمةَ تمتازُ بكَونها غيرَ مرئيةٍ ولا يمكِنُ نقلُ ملكيّتِها. وتعرّفُ أيضا بأنها «الأنشِطةُ والمنافعُ غيرُ الملموسةِ التي يشتَريها الزبونُ بغرضِ الحصولِ على منافعٍ محدَّدةٍ».[2] ويوضِّحُ هذا التعريفُ أنّ الخدماتِ مرتبطةٌ بالمنظّماتِ الهادفةِ للرّبحِ إلاّ أنّ هناكَ منظّماتٍ اجتماعيةً وخيريةً تقدِّمُ خدماتٍ مختلفةً وهي غيرُ هادفةٍ للربحِ.

وتُعرَّفُ الخدماتُ من جهةٍ أخرَى على أنها «كلُّ الأنشطةِ الاقتصاديةِ التي ليست مُخرَجاتُها منتَجاتٍ وتستهلَكُ بشكلٍ عامٍ وقتَ إنتاجِها وتقدِّمُ قيمةً إضافيةً للزبونِ (الراحة، الصحة، اختصار الوقت)».[3] فعندَ الحديثِ عنِ الخدماتِ نتعاملُ حسبَ هذا التعريفِ معَ شيءٍ غيرِ ملموسٍ يُستهلَكُ وقتُ إنتاجِه للحصولِ على منافعٍ.

وتُعرِّفُ الجمعيةُ الأمريكيةُ للتسويقِ الخدمةَ على أنها «النشاطاتُ أو المنافعُ التي تعرَضُ للبيعِ أو التي تعرَضُ لارتباطِها بسلعةٍ معيّنةٍ».[4] ويُعابُ على هذا التعريفِ أنّهُ لم يميِّز بينَ المنتَجاتِ والخدماتِ. ويعرِّفُها كوتلر بأنها كلُّ نشاطٍ أو أداءٍ موجّهٍ من طرفٍ إلى آخرَ ويكونُ غيرَ ملموسٍ ولا ينتُجُ عنهُ تغييرُ الملكية أو انتِقالها.[5] ويتّضحُ من هذا التعريفِ أنّ الخدمةَ قد ترتبطُ وقد لا ترتبطُ بالمنتَجاتِ الملموسةِ. وفي الحالةِ الأخيرةِ يُطلَقُ عليها خدمةٌ خالصةٌ.

من التعاريفِ السابقةِ يمكِنُ القولُ إنّ: الخدمةَ بالأصلِ أنشطةٌ أو فعاليّاتٌ غيرُ ملموسةٍ وسريعةُ الزوالِ نسبيا تحدُثُ خلالَ عمليّةِ تفاعلٍ(*) هادفةٍ إلى تلبيةِ توقُّعاتِ العملاءِ وإرضائِهم،

---

(1) Béactrice, Bréchignac, Roubaub. Le marketing des services. France, édition d'organisation, 2002. p 71.

(2) عبود، عبد العليم، محمد. مبادئ التسويق. مصر، الدار الجامعية. ص 75.

(3) الضمور، هاني، حامد. تسويق الخدمات. الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002. ص ص 17-18.

(4) الضمور، هاني . المرجع نفسه. ص ص 17-18.

(5) Kotler, Philip et Dubois, B. Marketing management. France, Publi-union ed, 1992. p 551.

(*) تتضمن عملية التفاعل ثلاث عناصر مدخلات، عملية التشغيل ومخرجات، والمدخلات ثلاثة أنواع مختلفة يمكن أن تجرى عليها عملية التشغيل لإنتاج الخدمة وهي الأفراد، المواد والمعلومات.

إلاّ أنّه لا ينتُجُ عنها بالضرورةِ عندَ عمليةِ الاستهلاكِ الفِعلي نقلٌ للملكيةِ.[1]

فالعديدُ منَ النشاطاتِ يمكِنُ تسميَّتُها خدماتٍ مثلَ التعليمِ والصحةِ الخ. وبعضُ هذهِ الخدماتِ يمارَسُ في منظّماتٍ هادفةٍ للربحِ مثلَ المستشفياتِ الخاصّةِ الخ. وأنواعٌ أخرى منَ الخدماتِ تمارسُها منظّماتٌ غيرُ هادفةٍ للربحِ مثلَ الجمعيّاتِ الخيريةِ.

13-1- تعريف المنتَجات:

«هي جميعُ السلعِ الماديةِ التي تخلقُ مجموعةً منَ المنافعِ للمستهلِكِ عندَ استخدامِها».[2] فالمنتَجاتُ أشياءٌ ملموسةٌ تخلقُ المنفعةَ عندَ استعمالها ويمكِنُ نقلُ ملكيتِها.

14-1- الفروق الجوهرية بين المنتَجاتِ والخدمات:

تختلِفُ الخدمةُ عنِ السلعةِ الماديةِ في عدّةِ خصائصٍ يمكِنُ تلخيصُها في الجدولِ أدناهُ:

جدول رقم (2): الفروق الجوهرية بين المنتجات والخدمات

المنتَجات	الخدمات
- أشياءٌ ماديةٌ ملموسةٌ. - يمكن تملُّكها، ويحدثُ نوعٌ من نقلِ الملكيةِ. - يوجدُ فاصلٌ زمني بينَ إنتاجِ السلعةِ واستهلاكِها. يوجدُ انفصالٌ بينَ السلعةِ ومنتِجِها. - يمكنُ إحداثُ النمطيةِ واستخدامُ أساليبِ الرقابةِ على النوعيةِ بسهولةٍ.	- غيرُ ملموسةٍ. - لا تتضمّنُ نقلَ الملكيةِ أو تحويلَها. - إنتاجُها واستهلاكُها يكونُ في الوقتِ نفسِه. - لا يمكنُ فصلُ الخدمةِ عن مقدِّمِها. - لا يمكنُ ضمانُ النمطيةِ في الخدماتِ وذلكَ لاعتمادِ الخدمةِ على مقدِّمِها ومتلقّيها.

المصدر: الضمور، هاني. مرجع سابق. ص ص 49-50.

(1) الضمور، هاني. المرجع السابق. ص 21.
(2) عبود، عبد العليم. مرجع سابق. ص 68.

وهناكَ فروقاتٌ أخرى بينَ المنتَجاتِ والخدماتِ. فالمنتَجاتُ قابلةٌ للتخزينِ وسهلةُ التقييمِ من قِبَلِ المستفيدِ وتتميّزُ بقنواتِ توزيعٍ من أماكنِ الإنتاجِ إلى أماكنِ الاستهلاكِ. أمّا الخدماتُ فتتميّزُ بصعوبةِ الرقابةِ عليها وصعوبةِ تقييمِها من قِبَلِ المستفيدِ ولا تُخزَّنُ وتحتوي على قنواتٍ خاصّةٍ مثلَ فتحِ مكاتبٍ أو فروعٍ في أماكنَ مختلفةٍ لتوفيرِ الخدمةِ.(1)

لكن رغمَ الاختلافِ البائنِ بينَ المنتَجاتِ والخدمةِ إلاّ أنّ كليهما يهدفانِ لإشباعِ حاجاتِ المستهلِك ورغباتِه. ويمكِنُ تصنيفُ ما يتمُّ عرضُه في السوقِ من منتَجاتٍ وخدماتٍ إلى أربعِ فئاتٍ هي(2):

1-14-1- منتَجات ملموسة مائة بالمائة:

مثل المواد الغذائية ومواد التنظيف التي لا تُصاحبُها خدماتٌ؛

1-14-2- سلع مادية ملموسة تصاحبها خدمة أو أكثر:

منها السياراتُ والأدواتُ الكهرومنزليةُ التي تصاحبُها خدماتُ الصيانةِ والضمانِ وتوفيرِ قِطعِ الغيارِ لجلبِ العملاءِ؛

1-14-3- خدمة في المقام الأول تصاحبها سلعة مكمّلة:

مثلَ خدمةِ الطيرانِ وتشملُ تقديمَ بعضِ السلعِ والمنتَجاتِ كالوجباتِ الغذائيةِ والمشروباتِ؛

(1) CABY, Français et Jambart, Claude. La qualité dans les services. France, Economica, 2002. pp 48-49.

(2) الحداد، عوض، بدير. تسويق الخدمات المصرفية. مصر، 1999. ص ص 48-49.

1-14-4- خدمة خالصة مائة بالمائة:

مثلَ خدماتِ الطبِّ النفسي والعلاجِ الطبيعي والفتاوَى الدينيةِ وغيرِها منَ الخدماتِ التي لا تُصاحبُها سلعٌ ماديةٌ.

1-15- خصائص الخدمات:

لقد أظهَرت العديدُ منَ الدراساتِ والأبحاثِ أنّ للخدماتِ خصائصُ عديدةٌ أهمُّها(1):

- **اللاملموسية:** لا يمكِنُ تقديرُ قيمتِها أو الإحساسُ بها ورؤيتُها قبلَ الحصولِ عليها وتختلفُ هذه الخاصيّةُ من خدمةٍ إلى أخرَى. ويمكِنُ توضيحُ ذلكَ في الجدولِ التالي:

جدول رقم (3): درجة الملموسية في الخدمات

درجة الملموسيّة	خدمة المنتج	خدمة المستهلك
الخدمةُ التي تتّصفُ بعدمِ الملموسيّةِ بشكلٍ كاملٍ	الأمن والحماية، أنظمة الاتّصالات، التمويل، اندماج المنظّمات	المتحف، وكلاء التوظيف، أماكن الترفيه، التعليم
الخدماتُ التي تُعطي قيمةً مضاعَفةً للسلعِ الملموسةِ	التأمين، عقود الصيانة، تصميم العبوات والأغلفة والإعلانات	ضمان التنظيف، التصليح، التأمين، العناية الشخصية
الخدماتُ التي توفِّرُ منتَجاتٍ ماديّةً ملموسةً	متاجر الجملة، وكلاء النقل، المستودعات، البنوك	متاجر التجزئة، البيع الآلي، خدمات بريدية، تبرّعات خيرية

المصدر: الضمور، هاني. مرجع سابق. ص 23.

(1) Dumauln, Christiane et Flipo, Jean-Paul. Entreprises de services 7 facteurs clés de réussite. France,
les éditions d'organisation, 1991. pp 28-32.

- **عدم التجانس في تقديم الخدمة أو إنتاجها:** هناكَ اختلافٌ من زبونٍ إلى آخرَ يؤدّي إلى اختلافِ المعاييرِ الشخصيةِ في الحُكمِ على الخدماتِ. وهذا تابعٌ لتغيُّرِ مزاجِ الناسِ من موقفٍ لآخَرَ ومن وقتٍ لآخرَ؛
- **توافق إنتاج الخدمة مع استهلاكها أو الحصول عليها:** يتمُّ في لحظةٍ واحدةٍ وهو ما يُصعِّبُ تخزينَها ويجعلُ تكلفتَه منخفضةً نسبيًّا؛
- **عدم الانفصال (أهمية مقدّم الخدمة للزبون):** بمعنى درجةِ الارتباطِ بين الخدمةِ والشخصِ الذي يقدّمُها، فمنَ الصعبِ تقديمُها دونَ وجودِ العميل الذي يقدِّمُها.

بالإضافةِ للخصائصِ السابقةِ توجدُ دراساتٌ أضافَت خاصّيةَ الملكيةِ[1] أي عدمَ انتقالِ ملكيةِ الخدمةِ. فالزبونُ يُسمَحُ لهُ باستخدامِ الخدمةِ ولكن لا يمتلِكُها. وتوجدُ دراساتٌ أوجَدت تقسيماتٍ أخرَى لخصائصِ الخدمةِ إلى ثلاثةِ أقسامٍ هي[2]:

- **القسم الأول:** خصائصٌ ظاهرةٌ مرتبطةٌ بما تقومُ بهِ إدارةُ منظّمةِ الخدمةِ من تعديلاتٍ على مواصفاتِ الخدماتِ التي تقدِّمُها (المواصفات، التميز، التنميط، ...)؛
- **القسم الثاني:** خصائصٌ ترتبطُ بالزبونِ الذي لا ينظُرُ إلى الخدمةِ على أساسِ خصائصِها الظاهرةِ ولكن على أساسِ خصائصِها الضمنيةِ مثلَ الرمزيةِ والإشباع؛
- **القسم الثالث:** خصائصٌ خارجيةٌ وترتبطُ بالمجتمعِ منها الأثرُ على البيئةِ وعنصرُ الأمانِ والثقةِ وصدقُ المعلوماتِ المقدَّمةِ عنِ الخدمةِ.

---

(1) الضمور، هاني. مرجع سابق. ص 28.

(2) الخضيري، محسن، أحمد. التسويق في ظل وجود نظام معلومات. مصر، اتيراك للنشر والتوزيع، 1996. ص ص 136-144.

إنّ التنوُّعَ في مجالِ قطاعِ الخدماتِ يجعلُ منَ الصعبِ الوقوفُ على تقسيماتٍ وافيةٍ لمختلفِ أنواعِ الخدماتِ. فهنَاكَ دراساتٌ تقسِّمُها حسبَ عاملِ الحاجةِ لتسويقِ الخدمةِ إلى قسمينِ: خدماتٍ تسويقيةٍ وغيرِ تسويقيةٍ. وتتضمّنُ المجموعةُ الأولى خدماتٍ تسويقيةً مثلَ البنوكِ والتجارةِ والنقلِ والاتصالاتِ.. وخدماتٍ غيرِ تسويقيةٍ مثلَ الصحّةِ والإدارةِ والبحثِ العلمي والخدماتِ الخيريةِ(1) ...

ولقد أُجريت عدّةُ محاولاتٍ في تصنيفِ الخدماتِ يمكِنُ التعرّفُ عليها معَ بعضِ التعليقِ في الجدولِ التالي:

(1) Logiez, Carole et Vinay, Elisabet. Entreprendre dans les services. France, Dunod, 2001. pp 3-7.

جدول رقم (4): خلاصة التصنيفات المقترحة لفئات الخدمات.

المؤلّف	خطط التصنيف المقترحة	التعليق
جود	- خدماتُ السلعِ المستأجَرةِ (الحقُّ في استعمالِ وامتلاكِ السلعِ لمدّةٍ محدودةٍ) - خدماتُ السلعِ المملوكةِ (تصليحُ وصيانةُ المنتَجاتِ المملوكةِ) - خدماتٌ غيرُ سلعيةٍ (تجارب شخصية، خبرة، تدريب)	- النوعانِ الأوّلانِ محدَّدانِ والثالثُ يتجاهلُ بعضَ الخدماتِ مثلَ الاستشاراتِ القانونيةِ والمحاسبيةِ
راثميل 1974	- نوع البائع، المشتري، دوافع الشراء، ممارسة الشراء، درجةُ التقيُّد بالتعليماتِ النظاميةِ	- يمكِنُ أن يُطبَّقَ على المنتَجاتِ بصورةٍ أفضلَ
شوستاك، هيل وآخرون	- نسبُ السلعِ الماديةِ والخدماتِ التي تحتويها حزمةُ كلِّ منتَجٍ: 1- الخدماتُ التي تُعنَى بالأفرادِ مقابِلَ التي تعنى بالبضائعِ. 2- التأثيرُ الدائمُ والمؤقَّتُ للخدمةِ. 3- التأثيرُ وعدمُ التأثيرِ العكسي للنتائجِ 4- الآثارُ الماديةُ والمعنويةُ للخدمةِ 5- الخدمةُ الفرديةُ والجماعيةُ	يؤكِّدُ ألاّ توجَدَ إلاّ أعدادٌ محدودةٌ من المنتَجات البحتةِ والخدمةِ البحتةِ، وتنوّعُ ظروفِ تقييمِ الخدمةِ واستهلاكِها.
توماس 78	1- خدماتٌ متعلّقةٌ بالمعِدّاتِ أ- المكننةُ مثلَ غسيلِ السياراتِ أتوماتيكيًا. ب- الخدماتُ الموجَّهةُ من قِبَلِ عاملينَ غيرِ مهرةٍ مثلَ المسرحِ، السينما ج- الخدماتُ المشغَّلةُ من قبَلِ عاملينَ ماهرينَ مثلَ الطيرانِ 2- الخدماتُ المتعلّقةُ أساسًا بالأفرادِ أ- عمّالٌ غيرُ ماهرينَ مثلَ خدماتِ التنظيفِ. ب- عمّالٌ ماهرونَ مثلَ أعمالِ التصليحِ. ج- المهنيُّونَ المحترفونَ مثلَ المحاسبينَ والأطبّاءِ	رغمَ أنها موجَّهةٌ نحوَ العملياتِ الأكثرَ تسويقًا إلاّ أنها تساعدُ على فهمِ خصائصِ المنتَجاتِ.

شيز 78	مدى الاحتكاكِ بالعملِ أثناءَ تقديمِ الخدمةِ: أ- احتكاكٌ أو اتّصالٌ مرتفعٌ كخدماتِ العنايةِ الصحيةِ، الفنادق، المطاعمِ. ب- احتكاكٌ أو اتّصالٌ منخفِضٌ كخدماتِ البريدِ والبيعِ بالجملةِ.	منَ الصعبِ ضبطُ أنواعِ الخدماتِ ذاتِ الاتصالِ الوثيقِ بالعملاءِ لأنهم يشكّلونَ ضغطًا متزايدًا على توقيتِ طلبِ الخدمةِ.
كتلر Kotler 1996	1- الخدماتُ الموجَّهةُ للأفرادِ مقابلَ الموجَّهةِ للمعدّاتِ. 2- مدَى ضرورةِ تواجدِ العميلِ 3- تلبيةُ احتياجاتِ الفردِ مقابلَ احتياجاتِ المنظّمةِ 4- العامّ مقابلَ الخاصِّ والربحُ مقابلَ عدمِ الربحِ	يجمعُ بينَ التصنيفاتِ السابقةِ ويدركُ الفروقَ في أهدافِ منظّماتِ الخدماتِ
لفلوك Lovelok 1996	1- خصائصُ طلب رئيسيةٌ - الأشياءُ المخدومةُ (أشخاصٌ أو ممتلَكاتٌ) - مدى التذبذب في الطلب - العلاقاتُ المتقطِّعةُ أوالدائمةُ بينَ العملاءِ .... 2- مضمونُ الخدمةِ وفوائدُها - نسبةُ المنتَجاتِ - نسبةُ الخدمةِ الشخصيةِ - خدمةٌ فرديةٌ مقابلَ جماعيةٍ 3- إجراءاتُ تقديمِ الخدمةِ - التقديمُ في موقعٍ أو عدّةِ مواقعٍ - تخصيصُ الطاقةِ أو الحجزُ المسبقُ - استهلاكُ المستقلِّ مقابلَ الإجمال - مدَى ضرورةِ تواجدِ العميلِ حيثُ تقدَّمُ الخدمةُ	يضيفُ أشياءَ جديدةً، يقترحُ فئاتٍ عديدةً تحتَ كلّ صنفٍ

المصدر: الضمور، هاني. مرجع سابق. ص ص 6-7.

1-16- أسس تصنيف الخدمات وتقييمها:

هناكَ عدّةُ أسسٍ لتصنيفِ الخدماتِ وتقييمِها هي[1]:

- التسويق : تصنَّفُ الخدماتُ حسبَ حاجاتها للتسويقِ (حاجةٌ كبيرةٌ أو منعدمةٌ)؛
- المنتفِع من الخدمة: كأن يكونَ عميلاً نهائيًّا أو منتِجا للخدماتِ؛
- نسبة الخدمة في المزيج التسويقي: كأن يكادَ العنصرُ المادّي (خدمةٌ خالصةٌ) يغيبُ منَ المزيجِ التسويقيِّ أو غياب الخدمة غير الملموسة؛
- مدى مشاركة العميل في الإنتاج والتسليم: كأن تكونَ مشاركةً كاملةً أو رمزيةً مثلَ خدماتٍ تطلبُ ممتلكاتِ العميلِ وليسَ شخصَه؛
- قيمةُ الخدمةِ للعميلِ ومعدّلُ استخدامِه لها؛
- العلاقةُ بينَ درجةِ التنوّعِ ومدى مرونتِها للتكيُّفِ معَ حاجاتِ العميلِ،
- ارتباطُ العلاقةِ بينَ المنتِج والعميلِ وطبيعةِ تقديمِ الخدمةِ.

1-17- الخدمات العمومية:

تعرَّفُ الخدماتُ العموميةُ بأنها تلكَ النشاطاتُ المقامَةُ بواسطةِ المنظّماتِ العامّةِ أو الخاصّةِ والتي تهدفُ إلى تحقيقِ المصلحةِ العامّةِ للمجتمعِ. وقَد صُنِّفت الخدماتُ العموميةُ إلى صنفين: خدماتٍ ذاتِ طابعٍ إداري، وخدماتٍ صناعيةٍ تجاريةٍ ذاتِ هدفٍ اقتصادي، و تهدفُ الخدماتُ العموميةُ إلى تحقيقِ الفائدةِ العامّةِ.[2]

---

(1) المصري، سعيد، محمد. إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية. مصر، الدار الجامعية، 2002. ص 172.

(2) Bon, Jérome et Louppe, Albert. Marketing des services publics : l'étude des besoins de la population France, les éditions de l'organisation, 1980. pp 30-31.

1-18 - منظّمات الخدمات:

تعتبَرُ منظّمةُ الخدماتِ أحدَ أنواعِ المنظّماتِ المكوِّنةِ للمجتمعِ الحديثِ، وتهدفُ بالأساسِ إلى خدمةِ الفردِ والجماهيرِ كمَا يمتازُ المجتمعُ الحديثُ بزيادةٍ سريعةٍ في مجموعِ الخدماتِ ووظائفِها في مختلفِ المنظّماتِ المكوِّنةِ له مثلَ الموظَّفينَ ومجموعاتِ التنسيقِ والتخطيطِ.

لا تقدِّمُ منظّماتُ الخدماتِ نتائجَ اقتصاديةً مباشرةً ولا تؤدّي عملاً اقتصاديًا في حدِّ ذاتِهِ وتشتملُ هذهِ المنظّماتُ على هياكلٍ تنظيميّةٍ ومديرينَ وإدارةٍ تسهرُ على تحقيقِ أهدافِها.[1]

وتعتمِدُ منظّمةُ الأعمالِ في نجاحِها بالخصوصِ على قدرةِ أفرادِ إدَارَتها على إعطاءِ القُدوةِ لبقيّةِ الأعضاءِ وعلى معرفتِهِم الكاملةِ بما يدورُ في المنظّمة.[2] فكلّما زادَ عددُ العاملينَ بمنظّمةِ الخدماتِ صَعُبَ إبرازُ القدوةِ لكاملِ العمّالِ كمَا صَعُبَ الحصولُ على البياناتِ عنهم. لذَا وجبَ أخذُ موضُوعِ الحدِّ الأقصى لتوسُّعِ المنظّمةِ مأخَذَ الجدِّ. وتُعتبَرُ منظّمةُ الخدماتِ كبيرةً جدًّا[*] عندَما لا تستطيعُ اتّخاذَ قراراتٍ خاصّةٍ بالعمّالِ والإدارةِ لصالحِ المنظّمةِ وحملةِ الأسهمِ والموظّفينَ بسببِ حجمِها الذي يُعيقُها عنِ التحرُّكِ والعملِ.

ويمكِنُ تقسيمُ منظّمةِ الخدماتِ إلى نوعينِ: منظّمةِ الخدماتِ العامّةِ والخاصّةِ وقد نتجَت هذهِ الأخيرةُ عن ما يُسمّى بالخوصصةِ [**] والتي تعني زيادةً في الملكيةِ الخاصّةِ والتخلّصَ من وحداتِ القطاعِ العامّ للانتقالِ إلى الاقتِصادِ الرأسمالي.[3]

---

(1) دراكــر، بيتر. الإدارة: المهام. (ترجمة) عبد الكريم، محمد. مصر،الدار الدولية للنشــر والتوزيع،1996. ص ص 179-183.

(2) دراكر، بيتر. الإدارة: الإدارة العليا. (ترجمة) عبد الكريم، محمد. مصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996. ص ص 97-104.

(*) يعتبر حجم المنظمات الخدمات كبير جدا عندما تظطر إلى القيام بأعمال خاطئة نتيجة اهتمامها بمجتمعها وتخوفها من رده

(**) لمزيد من المعلومات حول الخوصصة، فضلا أنظر: ضياء مجيد الموسوي. الخوصصة والتصحيحات الهيكلية. ص ص 09-62.

(3) اللوزي، موسى. التنمية الإدارية الأردن، دار وائل للطباعة والنشر، 2000. ص 282.

فمنظّماتُ الخدماتِ العامّةِ تضمُّ كاملَ المنظّماتِ التي تقدِّمُ خدماتٍ وترجعُ ملكيتُها في الأساسِ للدولةِ ويموَّلُ مدخولُها بصفةٍ عامةٍ من الرسومِ والضرائبِ. (1) وتهتمُّ بتنفيذِ السياساتِ العامّةِ(*) للدولةِ عن طريقِ تقديمِ الخدماتِ العموميةِ. (2) وتعرَّفُ منظّمةُ الخدماتِ العامّةِ على أنها وحداتٌ اقتصاديةٌ تملِكُها الدولةُ كلّيا أو جزئيًّا ومستقلّةٌ عنِ الجهازِ الحكومِي تتولى إنتاجَ الخدماتِ لإشباعِ احتياجاتِ المجتمعِ، وتعملُ في نطاقِ الأهدافِ الاقتصاديةِ والاجتماعيةِ التي تسعَى الدولةُ لتحقيقِها.(3)

ويمكنُ القولُ إنّ التعريفَ السابقَ يحتوي المنظّماتِ الخاصّةَ للخدماتِ إلاّ أنّ ملكيتَها تعودُ للخواصِّ. وتختلفُ منظّماتُ الخدماتِ العامّةِ والخاصّةِ في عدّةِ نقاطٍ أهمُّها: الملكيةُ والأهدافُ، حيثُ يكونُ أساسُ أهدافِ منظّماتِ الخدماتِ الخاصّةِ الربحُ، بينَما تهدفُ المنظّماتُ العامّةُ في المقامِ الأوّلِ لتلبيةِ احتياجاتِ المجتمعِ ورفعِ مستوى معيشةِ الأفرادِ.

كما تختلِفُ منظّماتُ الخدماتِ العامّةِ والخاصّةِ من حيثُ المسؤوليةِ. فمسؤوليةُ الأفرادِ في منظّماتِ الخدماتِ الخاصّة هي مسؤوليةٌ خاصّةٌ اتجاهَ أصحابِ رأسِ المالِ أمّا مسؤوليةُ الأفرادِ في المنظّماتِ العامّةِ فهي مسؤوليةٌ عامّةٌ اتجاهَ الدولةِ والمجتمعِ.(4)

1-19- تأثير التطوّرات العالمية في مجال الخدمات:

لا توجَدُ اليومَ منظّمةُ خدماتٍ لم تتأثّر بالتغيُّراتِ العالميةِ الحديثةِ في شتى المجالاتِ خاصّةً تكنولوجيةَ المعلوماتِ. والجدولُ التالي يبرزُ أهمَّ التأثيراتِ الخاصّةِ بهذهِ التطوّراتِ في عالمِ الخدماتِ.

---

(1) Alecian, Serge et Foucher, Dominique. Le management dans le service public. France, édition d’organisation, 2002. p 4

(*) مجموعة من الأفكار تعبر عن الأهداف العامة للدولة وهي ترجمة للقيم التي يجب أن تسود المجتمع.

(2) مهنا، محمد، نصر. الإدارة العامة الحديثة. مصر، المكتب الجامعي الحديث، 1998. ص ص 35-39.

(3) عثمان، سعيد، عبد العزيز. اقتصاديات الخدمات والمشروعات العامة. مصر، الدار الجامعية، 2000. ص 33.

(4) ادريس، ثابت، عبد الرحمان. المدخل الحديث في الإدارة العامة. مصر، الدار الجامعية،2001. ص ص38-43.

جدول رقم (5): تأثيرات التطورات العالمية الحديثة في مجال الخدمات

التطور العالمي الحديث	التأثير في مجال الخدمات
- التقليلُ منَ القوانينِ والقيودِ المهنيةِ	- تسهيلُ عمليةِ دخولِ منظّماتٍ جديدةٍ للأسواقِ - حركةٌ أكبرُ للتنافسِ على أساسِ الأسعارِ - وجودُ حافزٍ للبحثِ عنِ التمايزِ
الابتكارات التكنولوجية	- التوصّل لخدمات جديدة ومحصّنة - جعل الزبون أكثر اشتراكا في عملية إنتاج الخدمة - تسجيل معالم خاصّة بالزبائن بطريقة يمكن الرجوع إليها بسهولة (بنك المعلومات عن مستهلكي المنظّمة)
التوسّع في حقّ الامتياز	- يمكن من تحديد ملامح الخدمة وسعرها - وجود علامة وأسماء موحّدة تسهل عملية تعرّف الزبون على الخدمة. - إنشاء قاعدة بيانات مركزية تخدم كافّة عملية السمسرة مثل السمسرة في مجالات العقارات والأراضي والعمالة
إنشاء مراكز للربحية	- يمكن تزويد إيراد منظمة في العديد من المجالات الخدمية - البحث في تنمية مجموعة من الخدمات تمثّل للمستهلك قيمة مضافة تمكّن من خلق علاقة قوية ودائمة معه.
العولمة	- إتاحة الفرصة للتوسّع في أسواق الخدمات وبصفة خاصّة في الدول التي بدأت في التحوّل إلى نظم السوق الحرة. - ضرورة الاهتمام بالاختلافات الحضرية بين دول العالم حيث أنّ مثل هذه الاختلافات عادة ما تسبب مشاكل أكبر للخدمات مقارنة بالمنتَجات.

المصدر: الحناوي، محمد والسيد، اسماعيل. قضايا إدارية معاصرة. ص ص 42-43.

يؤدّي التقدُّمُ في تكنولوجيّةِ المعلوماتِ إلى توسيعِ نطاقِ الخدماتِ التي يمكِنُ التعاملُ فيها دوليّا وذلكَ عن طريقِ التقليلِ منَ القوانينِ والقيودِ المهنيةِ على الابتكاراتِ التكنولوجيّةِ ومراكزِ الربحيةِ والعولمةِ.

ساعدت هذه التطوراتُ العالميةُ صناعةَ الخدماتِ على تهيئةِ الأنشطةِ الاقتصاديةِ المتفرّقةِ جغرافيّا فيمَا بينَها وزادت من ظاهرةِ الاعتمادِ المتبادلِ بينَ الأسواقِ وأنشطةِ الإنتاجِ عبرَ الدولِ.

إنّ الاتفاقيّاتِ العالميةَ للتجارةِ في الخدماتِ تعطي أربعةَ أشكالٍ من توصيلِ الخدماتِ الدوليةِ وهي التوريدُ عبرَ الحدودِ (مثلَ تدفُّقِ البياناتِ عبرَ الحدودِ والنقلِ)، والوجودُ التجاري (مثلَ توفيرِ الخدماتِ في الخارجِ عنْ طريقِ الاستثمارِ الأجنَبي) والاستهلاكُ في الخارجِ مثلَ السياحةِ، وحركةُ الأفرادِ العاملينَ مثلَ دخولِ المستثمِرينَ الأجانبِ وبقائِهم المؤقّتِ، وتشجيعُ ثورةِ المعلوماتِ على تنميّةِ نظامٍ تنافُسي للاتّصالِ عن بُعدٍ، واستخدامُ وسائلِ الاتّصالِ البديلةِ (مثلَ محطّاتِ الأقمارِ الصناعيةِ المنخفِضةِ التكاليفِ) التي قد تحولُ دونَ الممارساتِ الاحتكاريّةِ لمورِّدي خدماتِ الاتّصالِ.[1] ولذلكَ فإنّ إنشاءَ إطارٍ تنافُسي لتوفيرِ خدماتِ الاتصالِ عَن بعدٍ والخدماتِ الأخرَى يعَدُّ أمرًا ضروريّا للاستفادةِ قدرَ الإمكانِ من عولمةِ الخدماتِ.

1-20- مفهوم نوعية الخدمة:

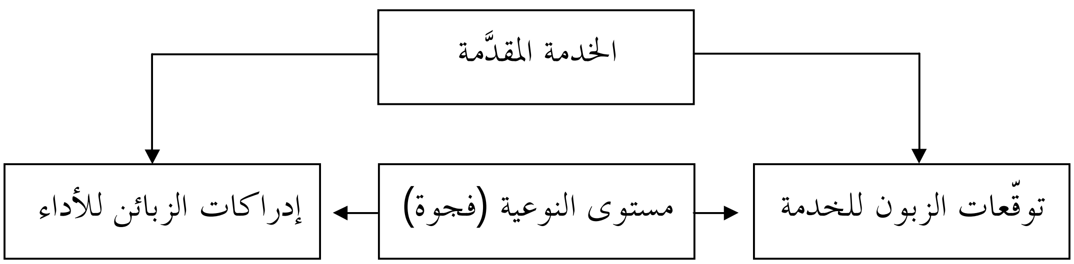
تلعبُ نوعيةُ الخدمةِ دورًا مهمّا في تصميمِ الخدمةِ وتسويقِها فهي ذاتُ أهميّةٍ لكلٍّ من مقدِّمي الخدمةِ والمستفيدينَ. لكن منَ الصعبِ إدراجُ تعريفٍ موحَّدٍ يضبطُ مفهومَ نوعيةِ الخدمةِ وفي بعضِ الأحيانِ يكونُ التعبيرُ واسعًا لا معنى له ويكونُ منَ الصعبِ وضعُه موضِعَ التطبيقِ. وفي بعضِ الأحيانِ يكونُ التعريفُ مفصّلا لنوعيةِ الخدمةِ يكونُ ملائِما لبعضِ الخدماتِ ومنَ الصعبِ تعميمُه لكافّةِ الخدماتِ. وقد عُرِّفَت نوعيةُ الخدمةِ على أنها مقدارُ تطابُقِ الجودةِ المنتَجةِ للخدمةِ معَ المعاييرِ المحدَّدةِ مِن قِبلِ المنظَّمةِ والعميلِ ويمكِنُ أن تسمّى النوعيةَ المعياريةَ

(1) بريموبراجا، كارلوس. «تدويل الخدمات وتأثيره على البلدان النامية». مجلة التمويل والتنمية، مصر، 1996،1، ص ص 34-37.

والمدركة.[1] ويُبرزُ هذا التعريفُ تقييمَ نوعيةِ الخدمةِ داخليّا وخارجيّا. فالتقييمُ الداخلي بواسطةِ مقارَنةِ النوعيةِ المنتَجةِ للخدمةِ معَ المعاييرِ المسطَّرةِ من قِبلِ المنظّمةِ. والتقييمُ الخارجي مرتبطٌ بالزبونِ أي بمدَى تلبيةِ نوعيةِ الخدمةِ المنتَجةِ لرغباتِ الزبائنِ واحتيّاجاتهم وتوقُّعاتهم.

وتعرَّفُ نوعيةُ الخدمةِ على أنها الفروقُ بينَ التوقُّعاتِ والإدراكاتِ للأداءِ الفِعلي للخدمةِ المقدَّمةِ بالنسبةِ لجميعِ العواملِ والعناصرِ التي تهُمُّ طالبَ الخدمةِ والعميلَ.[2] هذَا التعريفُ يَبْني نوعيةَ الخدمةِ على أساسِ تقييمٍ خَارجِي للعميلِ ويُهمِلُ التقييمَ الداخِلي ومعاييرَ المنظّمةِ.

وتعَرَّفُ نوعيةُ الخدمةِ بأنها معيارُ درجةِ تطابقِ الأداءِ الفعلي للخدمةِ معَ توقُّعاتِ العملاءِ لها.[3] ويمكِنُ توضيحُ ذلكُ في الشكلِ الموالي:



شكل رقم (2): مفهوم نوعية الخدمة

المصدر: الحداد، عوض. مرجع سابق. ص 337.

ويعني الشكلُ السابقُ أنّ العملاءَ سيكونونَ راضينَ بإدراكاتِ نوعيةِ الخدمةِ إذا توافقت معَ توقُّعاتهم لها. أمّا إذا تجاوزَ الناتجُ توقُّعاتِ العملاءِ فإنّ نوعيةَ الخدمةِ تعتبَرُ متميِّزةً وإذا تحقّقَ العكسُ فإنّ نوعيةَ الخدمةِ تصبِحُ رديئةً في نظرِ الزبائنِ ويكونونَ غيرَ راضين عَنها.

ومن جهةٍ أخرَى فإنّ مدّةَ حياةِ الخدمةِ تكونُ عقبةً أمامَ منظّماتِ الخدماتِ لتحقيقِ

---

(1) CABY, François et autre. La qualité au XXIè siècle. France, Economica, 2002. p 41.

(2) ادريس، ثابت. مرجع سابق. ص ص 191-192.

(3) الحداد، عوض. مرجع سابق. ص ص 336-337.

النوعيةِ المطلوبةِ، ذلكَ لأنّ الخدمةَ تُستهلَكُ في أغلبِ الأحيانِ أثناءَ إنتاجها، فعندَ عرضِها منَ الصعبِ نسبيّا الضمانُ بأنها منجَزةٌ بكيفيّةٍ صحيحةٍ، وليسَ في الإمكانِ إعادةُ الخدمةِ إلى المصنعِ.(1)

ممّا تقدّمَ يمكِنُ تبويبُ تعريفاتِ نوعيةِ الخدمةِ وتقسيمُها إلى ثلاثِ مجموعاتٍ(2):

- مجموعةٌ منَ التعريفاتِ تركِّزُ على طبيعةِ النوعيةِ في الخدمةِ؛
- مجموعةٌ منَ التعريفاتِ تركِّزُ على عمليةِ الأداءِ في حدِّ ذاتها وتأخذُ بعينِ الاعتبارِ الاختلافاتِ بينَ إدراكِ المستهلِكِ وتوقُّعاتِه وتشترِكُ هذهِ التعريفاتُ في الحكمِ على نوعيةِ الخدمةِ بمدى وجودِ فجواتٍ بينَ المنظّمةِ وجمهورِها؛
- مجموعةٌ منَ التعريفاتِ الموجَّهةِ لرأيِ المستهلِكِ سواءً ضِمنيّا أو بشكلٍ صريحٍ بمعنى أنها تركِّزُ بشكلٍ عامّ على الهدفِ النهَائي لنوعيةِ الخدمةِ وهوَ أن تهدِفَ المنظّمةُ إلى إسعادِ الزبونِ.

ممّا تقدّمَ يمكِنُ القولُ إنّ نوعيةَ الخدمةِ مفهومٌ يعكسُ تقييمَ العميلِ والمنظّمةِ لدرجةِ الامتيازِ والتفوّقِ الكلّي في أداءِ الخدمةِ.

وتعكِسُ نوعيةُ خدمةِ العميلِ معرفةً واسعةً عن(3):

- الخدمةِ المقدَّمةِ؛
- العملاءِ الخارجيّينَ لهذهِ الخدماتِ؛
- النظُمِ والإجراءاتِ الخاصّةِ بالمنظّمةِ؛
- شبكةِ العملاءِ الداخليّين الذينَ تتعاملُ معهم المنظّمةُ.

---

(1) Fouquet, Bruno. Gestion de la qualité de service. France, Eyrolles, 2000. p 19.

(2) الحناوي، محمد والسيد، اسماعيل. قضايا إدارية معاصرة. مصر، الدار الجامعية، 1999. ص ص 162-163

(3) نيوباي، توني. التدريب على جودة الخدمة. (ترجمة) شويكار، زكي. مصر، مجموعة النيل العربية، 2003. ص ص 29-30.

كما تعكِسُ نوعيةُ الخدمةِ كفاءاتٍ في المهاراتِ الحيويّةِ لخدمةِ العميلِ ومِنها [(1)]:

- وضعُ الأشياءِ في مكانها الصحيحِ من أوّلِ وهلةٍ؛
- الاستماعُ للعملاءِ والاستجابةُ البنّاءةُ؛
- الجدّيةُ في حالةِ التعرّضِ للضغطِ؛
- التواصلُ بوضوحٍ؛
- وتسهيلُ الوضعِ للعاملينَ لخدمةٍ أحسنَ للعملاءِ.

كما يجبُ أن تتوفّرَ نوعيةُ الخدمةِ التي يريدُها الزبونُ على مَا يلي[(2)]:

- وفاءُ الخدمةِ بمتطلّباتِ الزبونِ وتوقُّعاتِه؛
- سهولةُ الحصولِ عليها في الوقتِ الصحيحِ (الوقتِ المطلوبِ وبسعرٍ مناسبٍ)؛
- اقتصاديّ الاستعمالِ؛
- جيّدةُ الأداءِ ويعوَّلُ عليها.

وتوجَدُ دراساتٌ أخرى تعرِّفُ نوعيةَ الخدمةِ بأبعادِها كمَا يقيِّمُها الزبونُ.

1-21- أبعاد نوعية الخدمة:

إنّ لنوعيةِ الخدمةِ كمَا يدرِكُها العملاءُ أبعادٌ أو مكوِّناتٌ أربعةٌ رئيسيةٌ هي[(3)]:

- البعدُ الفني لنوعيةِ الخدمةِ؛
- البعدُ الوظيفي لنوعيةِ الخدمةِ؛
- بُعدُ الطابعِ (الانطباعاتُ عنِ المنظّمةِ)؛
- بُعدُ العملاءِ الآخرينَ.

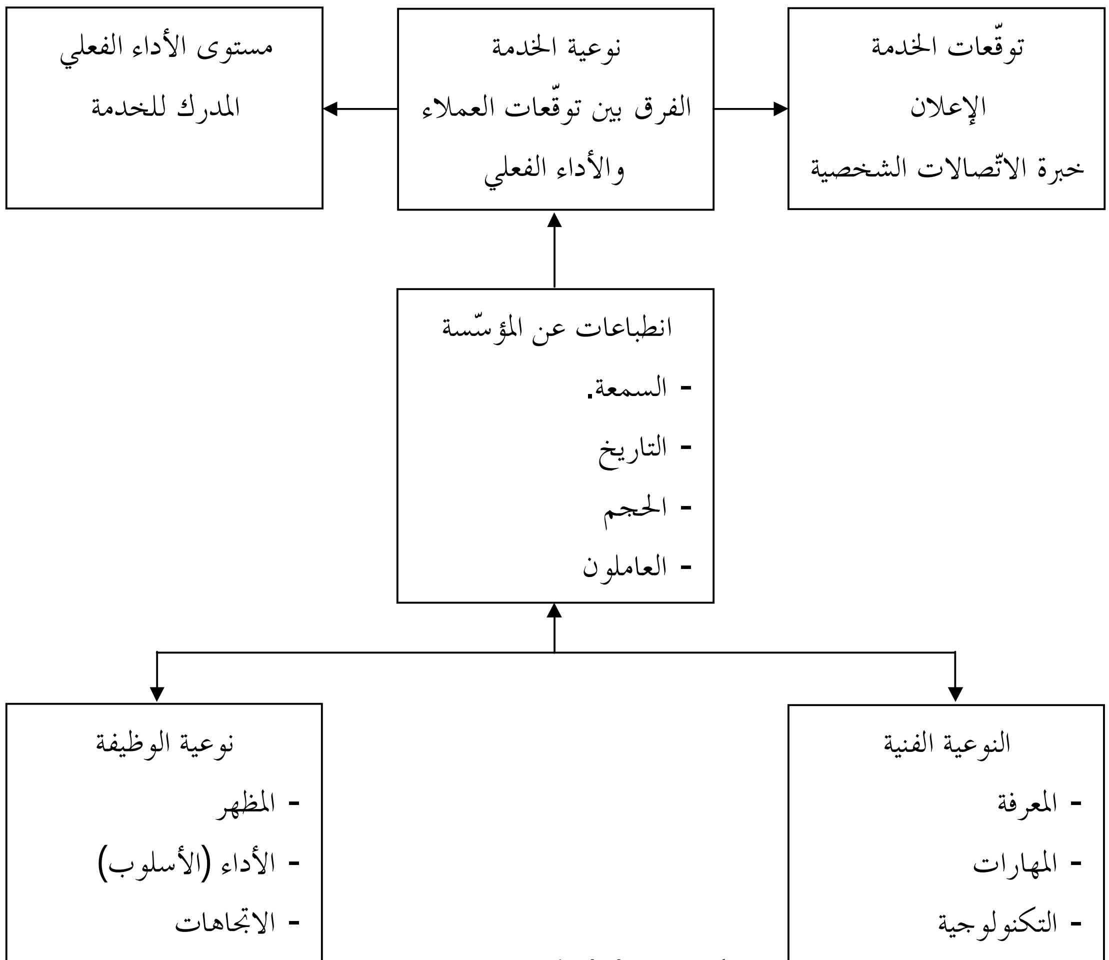
ويمكِنُ توضيحُ هذهِ الأبعادِ في الشكلِ الموالي:

---

(1) نيوباي، توني. المرجع السابق. ص ص 29-30.

(2) شندى، محمد، رضا. الجودة الكلية الشاملة والإيزو 9000 بين النظرية والتطبيق. مصر، 1996. ص 17.

(3) الحداد، عوض. مرجع سابق. ص ص 342-343.



شكل رقم (3): أبعاد نوعية الخدمة

المصدر: الحداد، عوض. مرجع سابق. ص 343.

منَ الشكلِ أعلاهُ يتجلّى البعدُ الفني لنوعيّةِ الخدمةِ. ويُقصَدَ بهِ كيفَ تتمُّ عمليةُ إنتاجِ الخدمةِ أي نوعيةُ الخدمةِ ذاتها. ويتّضحُ مدلولُها أكثرَ عندَ الإجابةِ على السؤالِ التالي: ما الذي يتِمُّ تقديمُه ؟ أي قدرةُ الخدمةِ على أداءِ ما ينبَغِي أداؤُهُ.

ويُقصَدُ بالبعدِ الوظيفي لنوعيّةِ الخدمةِ الكيفيّةُ التي تقدَّمُ بها الخدمةُ للعميلِ. ويُقصَدُ بُعدِ الطابعِ لنوعيّةِ الخدمةِ الصورةُ التي يتلقّاها الزبائنُ عنِ المنظّمةِ وما تقدِّمُه من خدماتٍ. ويُقصَدُ بُعدِ العملاءِ الآخرين طريقةُ ونتيجةُ تقييمِ عملاءٍ منافِسين لنوعيّةِ الخدمةِ التي تقدِّمُها المنظّمةُ.

1-22- مصطلحات متعلّقة بنوعية الخدمات:

منَ الضرورِي التمييزُ بينَ عدّةِ مصطلحاتٍ متعلِّقةٍ بنوعيةِ الخدمةِ وهي[1]:

1-22-1- النوعية المتوقّعة للخدمة:

وتعني ما يتوقّعُه الزبائنُ عن نوعيةِ الخدمةِ المقدّمة إليهِم. وتتأثّرُ هذهِ التوقُّعاتُ بأربعةِ عواملٍ هي: مزيجُ الاتّصالاتِ التسويقيّةِ (كالحمَلاتِ الترويجيّةِ) وحاجاتُ الزبائنِ والطابع والوعودُ التي يعطيها مقدِّمُ الخدمةِ ويلتزِمُ بها؛

1-22-2- النوعية المجرّبة:

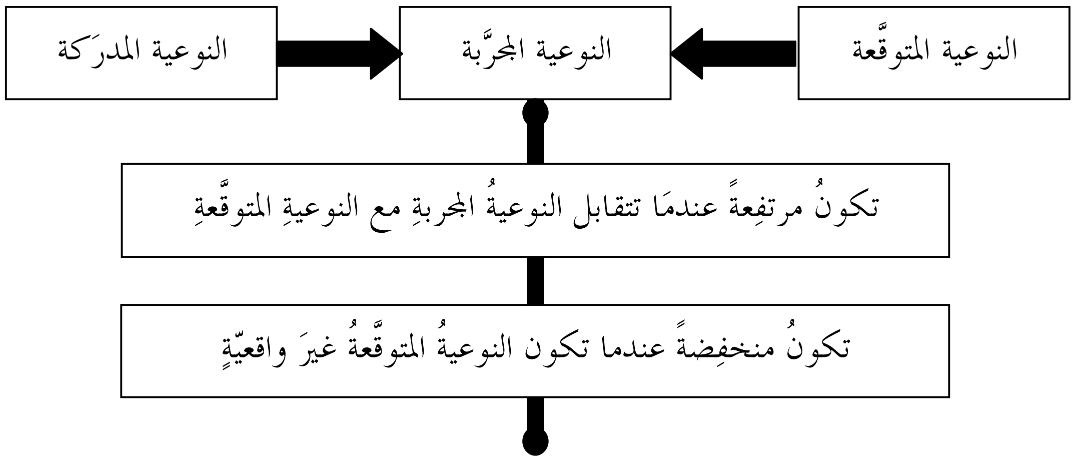
هي النوعيّةُ التي يشعرُ بها العميلُ أو الزبونُ أثناءَ حصولِه الفعلي على الخدمةِ ويؤثِّرُ فيها عامِلان البعدُ الفنّي والوظيفي للنوعيةِ؛

1-22-3- النوعية المدركة:

هي النوعيةُ التي يقدِّرُها العميلُ والزبونُ عندَ قيّامِه بالمقارنةِ بين النوعيةِ المتوقَّعةِ والمجرَّبةِ للخدمةِ. فإذا كانت النوعيةُ المطلقةُ أعلى منَ المجرَّبةِ تكونُ النوعيةُ المدرَكةُ للخدمةِ من قِبلِ العميلِ منخفِضةً، والعكسُ صحيحٌ. ويوضِّحُ الشكلُ التالي العلاقةَ بينَ تلكَ المفاهيمِ الثلاثةِ:

---

(1) المصري، سعيد. مرجع سابق. ص ص 33-35.



شكل رقم (4): العلاقة بين النوعية المتوقّعة والمجرّبة والمدركة للخدمة

مصدر: المصري، سعيد. مرجع سابق. ص 35.

1-23- أهمّية نوعية الخدمة:

تَبرزُ مكانةُ نوعيةِ الخدمةِ في مختلفِ المجالاتِ لما تتّصِفُ بهِ من خصائصٍ قادرةٍ على الوفاءِ باحتياجاتِ الفردِ والمجتمعِ. وتشملُ أهمّيةُ نوعيةِ الخدماتِ مجالاتٍ عديدةً سواءً على مستوَى المنظّمةِ أو الفردِ أو المجتمعِ ككلٍّ. ويمكِنُ توضيحُ هذهِ الأهمّيةِ في النقاطِ التاليةِ[1]:

1-23-1- أهمّية نوعية الخدمة على مستوى الفرد والمجتمع:

تشملُ أهمّيةُ الخدمةِ على مستوى الفردِ والمجتمعِ مجالاتٍ عديدةً أهمُّها:

- تدخُلُ الخدماتُ تقريبًا في كلّ المنتَجاتِ التي تعكِسُ الناتجَ الوطني للدولةِ ففي الدولِ الأوربيّةِ والولاياتِ المتّحدةِ الأمريكيّةِ مثلاً تتراوحُ نسبةُ الخدماتِ في الناتجِ الوطني 75 % و67 % على التوالي. وتدلُّ هذهِ النسبُ على أنّ دورَ السلعِ الماديةِ الملموسةِ أصبحَ محدودًا ولا تتعدّى نسبةُ إسهامِها في الناتجِ القَومي 33 % تقريبًا؛
- توفيرُ فرصِ العملِ والتوظيفِ؛

(1) الحناوي، محمد والسيد، اسماعيل. مرجع سابق. ص ص 11-30.

- تساهِمُ نوعيةُ الخدماتِ بشكلٍ مباشرٍ في توفيرِ بعضِ الخبراتِ القابلةِ للتصديرِ؛
- إنّ نوعيةَ الخدمةِ والتحسّنَ المستمرَّ لها ومشاركتَها لبعضِ الأنشطةِ الأخرَى يكونُ سببًا في تصديرِها وتوسيعِ أسواقِها؛
- تقدِّمُ نوعيةُ الخدمةِ على المستَوى الطويلِ خبرةً محلّيةً بديلةً لتلكَ المستورَدةِ؛
- إنّ التحسّنَ المستمِرَّ لنوعيةِ الخدمةِ على مستوى الدولةِ يحفِّزُ بعضَ المستثمِرينَ لدخولِ السوقِ الوطنيةِ؛
- إنّ تحسّنَ نوعيةِ الخدمةِ على مستَوى بعضِ القطاعاتِ يؤدّي إلى تحقيقِ رفاهيةٍ اقتصاديةٍ في العديدِ منَ القطاعاتِ الأخرَى؛

1-23-2- أهمّية نوعية الخدمة على مستوى المنظّمة:

تتضمّنُ النقاطَ التاليةَ:

- تُعطي الثقةَ لرجالِ البيعِ في الأسواقِ؛
- تدعيمُ النشاطِ الإعلاني؛
- ترفعُ قيمةَ المنظّمةِ في أذهانِ الزبائنِ؛
- ترفعُ من معنويّاتِ ودافعيّةِ العاملينَ بالمنظّمةِ وتزيدُ من ولائِهم لها؛
- زيادةُ ولاءِ المستهلِكين الخارجينَ عنِ المنظّمةِ؛
- إكسابُ منظّمةِ الخدمةِ الميزةَ التنافسيّةَ ممّا يساعدُها على البقاءِ في السّوقِ؛
- تحقيقُ أرباحِ المنظّمةِ وأهدافِها بشكلٍ عامٍّ.

1-24- أسباب أهمّية نوعية الخدمة:

إنّ لأهمّيةِ نوعيةِ الخدمةِ في مختلفِ المجالاتِ أسبابٌ عديدةٌ مكّنَتها من احتلالِ هذهِ المكانةِ، من هذهِ الأسبابِ[1]:

- نموُّ مجالِ الخدماتِ وتعدُّدُ المنظّماتِ المختصّةِ في ذلكَ حتّمَ على المنظّماتِ التميّزَ بإنتاجِ خدماتٍ ذاتِ نوعيّةٍ عاليّةٍ؛
- الفهمُ الأكبرُ للعملاءِ يعني معاملةً جيّدةً لهُم ممّا يشجّعُ بقاءَ بعضِ الخدماتِ دونَ أُخرى؛
- ازديّادُ المنافسةِ؛
- تأثيرُ التطوّراتِ العالميّةِ على مجالِ الخدماتِ؛
- المدلولُ الاقتِصادي لنوعيّةِ الخدمةِ يساعدُ في جذبِ العملاءِ الحاليّينَ والمحافظةِ عليهم لأنّ عصبَ الحياةِ لأيّ منظّمةٍ هوَ استمرارُ التعاملِ معَها.

1-25- السلوك الشرائي لمشتري الخدمة (العميل):

إنّ المدخلَ الأكثرَ شُيوعًا في تصميمِ وتحديدِ وإنتاجِ وقيّاسِ نوعيةِ الخدمةِ هوَ المدخلُ الذي يعتمِدُ على حُكمِ العميلِ. ويعتمِدُ هذا المدخلُ على أنّ النوعيةَ مرتبطةٌ بقوّةٍ بحاجاتِ ورغباتِ وتوقُّعاتِ العميلِ التي على أساسِها يُقاسُ مستوى النوعيةِ المطلوبةِ.

وما حُكمُ العميلِ أو المستهلِك إلاّ دافعٌ أو مثبِّطٌ لمجموعةٍ منَ الأفعالِ والتصرّفاتِ المباشرةِ له قصدَ اتّخاذِ قرارِ شراءِ الخدمةِ وهوَ ما يُسمَّى بسلوكِ المستهلِك.[2] وعمليّةُ اتّخاذِ قرارِ الشراءِ ترجمةٌ لمجموعةٍ منَ العمليّاتِ الذهنيّةِ والعضليّةِ المقترنةِ بعمليّةِ التقييمِ والمفاضَلةِ بينَ الخياراتِ المتاحةِ.[3]

---

(1) مارتن، وليام ب. جودة خدمة العميل. (ترجمة) زروق، خالد، حسن. مصر، دار آفاق للإبداع العالمية، 1996. ص ص 20-21.

(2) يوسف، ردينة، عثمان. الاتجاهات الكمية والحديثة في بحوث التسويق. مصر. ص 276.

(3) أبو قحف، عبد السلام. أساسيات التسويق. مصر، الدار الجامعية. ص 471.

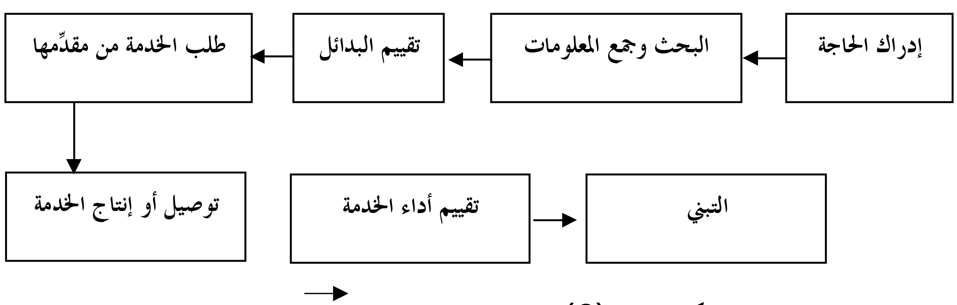
ويمكِنُ تجسيدُ هذهِ العملياتِ في الشكلِ الموالي(1):



شكل رقم (5): عملية اتّخاذ قرار الشراء للمستهلِك

المصدر: السيد، اسماعيل. مبادئ التسويق. ص 128.

يشيرُ الشكلُ أعلاهُ إلى أنّ عمليّةَ اتخاذِ القرارِ الشرائي تبدأُ بمرحلةِ إدراكِ المشكلةِ وهيَ التعرّفُ على الحاجاتِ غيرِ المشبَعةِ، وتمثِّلُ الفرقَ بينَ الموقِفِ الأمثلِ والفِعلي الذي يوجَدُ فيه العميلُ. هذهِ الوضعيّةُ تدفَعُ هذا الأخيرَ للبحثِ عنِ المعلوماتِ قصدَ تحديدِ البدائلِ الملائمةِ التي تعقبُها عمليةُ تقييمِ البدائلِ لاختيّارِ البديلِ الأمثلِ وهوَ قرارُ الشراءِ. وتلِيهِ مرحلةٌ تسمَّى بالتقييمِ بعدَ الشراءِ تؤدّي بالمستهلِك إلى شعورِه بالرضا أو عدمِه. ويحدُثَ الرضا عندَما يقابلُ الأداءُ الخاصُّ للمنتَجِ أو الخدمةِ توقّعاتِ المستهلِكِ. ويخزّنُ الزبون هذهِ المعلوماتِ في ذاكرتِه حتى يتمكّنَ من استخدامِها في قرارِ شراءٍ آخرَ. وقد يتبَعُ قرارَ الشراء في حالةِ الرضا عنِ الخدمةِ المشتراةِ ما يسمَّى بالتبنّي، وهوَ حالةٌ تحدثُ عندما يحصلُ الفردُ عمّا يبحثُ عنهُ من خواصٍّ ومنافعٍ في المنتَجِ أو الخدمةِ، ويصبحُ بموجبِها مستخدِمًا لهما بصورةٍ كاملةٍ ومنتظمةٍ.(2) ويمكِنُ تلخيصُ مراحلِ شراءِ الخدمةِ أو السلوكِ الشرائي لها في الشكلِ التالي:



شكل رقم (6): سلوك شرائي لمشتري الخدمة

المصدر: الضمور، هاني. المرجع السابق. ص 105.

---

(1) السيد، اسماعيل. مبادئ التسويق. مصر، المكتب الجامعي الحديث، 1998. ص ص 127-135.

(2) يوسف، ردينة. مرجع سابق. ص 170.

إنّ السلوكَ الشرائي لمشتري الخدمةِ تؤثّرُ فيه عدّةُ عواملٍ داخليةٍ وخارجيّةٍ. تتضمّنُ العواملُ الداخليةُ العديدَ منَ المؤثّراتِ منها الدوافعُ(*) والإدراكُ(**) والشخصيةُ والتعلّمُ. وتتضمّنُ العواملُ الخارجيةُ متغيّراتٍ بيئيةً منها الثقافةُ(***) والطبقاتُ الاجتماعيّةُ والعواملُ الديموغرافيةُ والأسرةُ وقادةُ الرأيِ(****)الخ.

1-26- معايير تقييم العملاء لنوعية الخدمة:

يقيّمُ العملاءُ نوعيةَ الخدمةِ بالاعتمادِ على المعاييرِ التاليةِ[1]:

- الاعتماديّة: قدرةُ مقدِّمِ الخدمةِ على أداءِ الخدمةِ بالكيفيّةِ التي وعدَ بها وبشكلٍ يمكنُ الاعتمادُ عليهِ وبدرجةٍ عاليّةٍ منَ الصحّةِ والدقّةِ؛
- توفّر الخدمة وسهولة الحصول عليها: في الوقتِ والمكانِ وعندَ الطلبِ وسهولةُ تلقّي الخدمةِ؛
- الأمان: يعبِّرُ عن درجةِ الشعورِ بالطمأنينةِ والثقةِ في الخدمةِ حيثُ تكونُ خاليّةً منَ المخاطرِ والمغامرةِ والشكِّ؛
- المصداقية: درجةُ الثقةِ في مقدِّمِ الخدمةِ؛
- المجاملة (فهم العميل ومعرفته): قدرةُ مقدِّمِ الخدمةِ على تحديدِ وتفهُّمِ احتياجاتِ العميلِ ومنحِهِ الاهتمامَ المناسبَ؛
- الاستجابة: تتعلّقُ بمدى قدرةِ ورغبةِ واستعدادِ مقدِّمي الخدمةِ للاستجابةِ بسرعةٍ وبشكلٍ خلاّقٍ لطلباتِ العميلِ ومشكلاتِه؛

(*) عوامل داخلية للفرد توجه تصرفاته وتؤدي به إلى انتهاج سلوك معين.

(**) الانطباعات الذهنية للفرد عندما يتلقى وينظم ويقيس مؤثرات، والإدراك يؤدي للتفكير يؤدي إلى إحداث تصرف معين.

(***) كل من القيم والعادات والتقاليد والمهارات المشتركة بين أفراد مجتمع معين وتنتقل من جيل إلى آخر.

(****) أفراد لهم نفوذ وقدرة على التأثير على المستهلك مثل الأطباء، قادة رأي في مجال الطب.

(1) شندى، محمد. مرجع سابق. ص ص 75-76.

- الكفاءة والجدارة: من حيثُ المهاراتِ والقدراتِ التحليليّةِ والمعرفةِ التي تمكِّنُ منَ القيّامِ بالدورِ بالشكلِ الأمثلِ؛
- الاتّصالات: وتعني دقّةَ وصفِ الخدمةِ باللغةِ التي يفهمُها العميلُ؛
- المظهر: هوَ مظهرُ الأفرادِ والمعِدّاتِ الماديةِ لمنظّمةِ الخدمةِ وهو الجانبُ الملموسُ مِنها.

1-27- إدارة توقّعات العملاء:

يمكِنُ إدارةُ توقّعاتِ العملاءِ من خلالِ معرفةِ مستوياتِ توقّعاتهم والعواملِ المؤثِّرةِ فيها:

1-27-1- مستويات توقّعات العملاء:

إنّ توقّعاتِ العملاءِ هيَ المحورُ الأساسيّ للحكمِ على نوعيّةِ الخدمةِ. فهُم يصدرونَ أحكامَهم من خلالِ مقارنةِ ما يريدونَ أو يتوقّعون وما يحصلونَ عليهِ. وتشيرُ الأبحاثُ والدراساتُ إلى أنّ توقّعاتِ العملاءِ توجَدُ بينَ مستويين مختلِفين[1] هما:

- **المستوى المرغوب:** يمثِّلُ مستوَى منَ الخدمةِ يتمنّى العميلُ الحصولَ عليه، وهو خليطٌ مما يعتقِد أنّه منَ الممكِنِ حدوثُه، وممّا ينبغي حدوثُه.
- **المستوى الملائم من التوقّعات:** يمثِّل مستوَى منَ الخدمةِ يجدُه العميلُ مقبولاً. ويتكوّنُ جزئيّا من تقديرِ العميلِ لما سيَكونُ عليهِ مستوَى الخدمةِ مسبَقًا.

ويوجَدُ بين هذينِ المستويَينِ نطاقٌ يعرَفُ بمنطقةِ التحمّلِ. وهوَ مستوى أداءِ الخدمةِ الذي يجدُه العميلُ مُرضٍ، ويختلفُ هذا المستوى من عميلٍ إلى آخرَ.

(1) الضمور، هاني. مرجع سابق. ص 372.

1-27-2- العوامل المؤثّرة على توقّعات الأفراد:

إنّ مستوياتِ توقّعاتِ الأفرادِ تتغيّرُ استجابةً لعدّةِ عواملٍ وتسبِّبُ حدوثَ تغيّراتٍ في منطقةِ التحمّلِ، وأهمُّ هذهِ العواملِ هي[1]:

- **حاجات الشخصية:** تحدَّدُ بالسماتِ الشخصيةِ والنفسيةِ والاجتماعيةِ للعميلِ؛
- **البدائل المتاحة للخدمة:** تشيرُ إلى إدراكِ العميلِ وجودَ عدّةِ بدائلٍ للخدمةِ؛
- **الخبرة السابقة:** تتمثّلُ في تعرّضِ العميلِ من قبلُ لنفسِ الخدمةِ ودرجةِ معرفتِه بطبيعتِها بعدَ التجربةِ؛
- **الأحاديث والأقاويل الشخصية:** تتضمّنُ العباراتِ التي تُقالُ عنِ المنظّمةِ من أيّ طرفٍ خارجٍ عنها؛
- **الوعود المصرَّح بها من قبل المنظّمة:** وتخصُّ خدماتها مثلَ الإعلاناتِ التجاريةِ؛
- **المثيرات الدائمة لحساسيّة العميل تجاه الخدمة:** مثلَ الأصدقاءِ والزملاءِ.

إنّ التعرّفَ على هذهِ العواملِ يتيحُ للمنظّمةِ وضعَ عدّةِ استراتيجيّاتٍ تمكّنُها من إدارةِ توقّعاتِ عملائِها وتقديمِ خدمةٍ تفوقُ مستوَى هذهِ التوقّعاتِ.

1-28- كيفية إدارة توقّعات العملاء:

بعدَ معرفةِ منظّمةِ الخدمةِ للعواملِ المؤثّرةِ في توقّعاتِ العملاءِ ومستويَاتها تستطيعُ إدارةَ هذهِ التوقّعاتِ بشكلٍ فعّالٍ من خلالِ الالتزامِ بالوعودِ التي تقطعُها على نفسِها لهم حولَ الخدمةِ والاعتمادِ على الاتّصالِ الفعّالِ بهم، وهذا يتطلّبُ منهَا التأكّدَ من العواملِ التاليّةِ[2]:

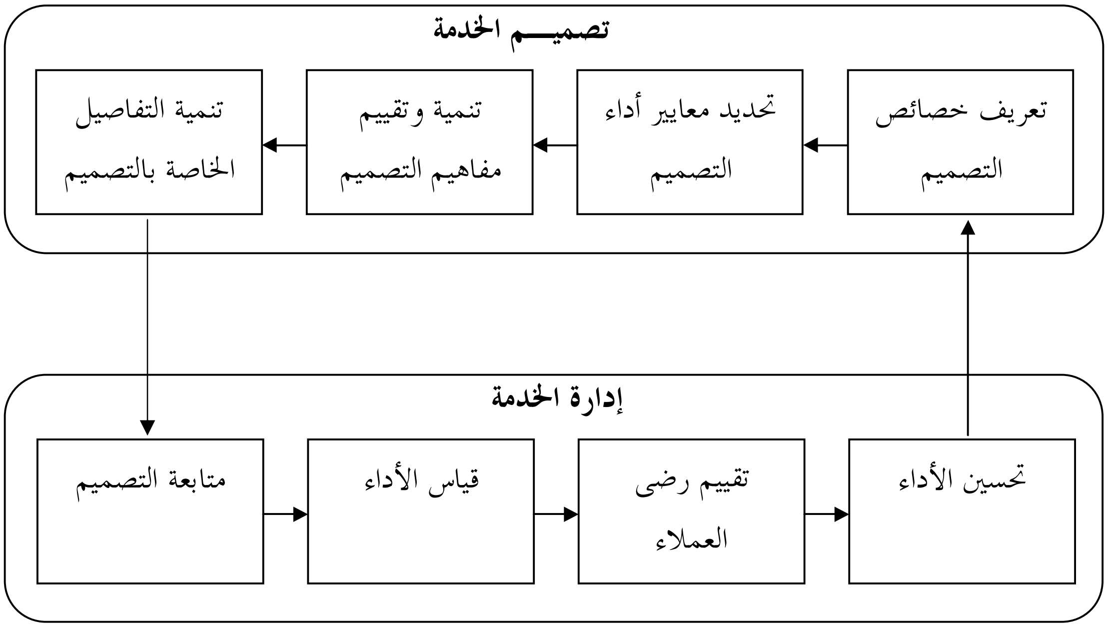
(1): (2) الضمور، هاني. المرجع السابق. ص ص 373-377.

- **التأكّد من أنّ الوعود واقعية:** على المنظّمةِ أن لا تغالي في وعودِها وأن لا تعطي وعودًا خلاّبةً لا تعكسُ ما تقدِّمُ في الواقعِ، وإن فعلت فستضيع الثقةُ بينَ العميلِ والمنظّمةِ؛
- **الاتّصال الدائم مع العملاء:** لتفهمَ المنظّمةُ توقّعاتِ العملاءِ واهتماماتهم تقومُ المنظّمةُ بشرحِ طبيعةِ خدماتها. والاتّصالُ بهم في الوقتِ المناسبِ يُعَدُّ أحدَ الطرقِ الفعّالةِ لإدارةِ توقّعاتِهم؛
- **التميّز في تسليم الخدمة:** مثلَ الابتسامةِ والتعاملِ الإنساني وإظهارِ الاهتمامِ بالعميلِ والعملِ على حلّ مشاكلِه. والقدرةُ والمهارةُ في أداءِ الخدمةِ بشكلٍ صحيحٍ يجعلُ المنظّمةَ تقدِّمُ الخدمةَ بشكلٍ يفوقُ توقّعاتِ عملائِها؛
- **التأكّد من عامل الثقة في تقديم الخدمة:** بمعنى أداءِ الخدمةِ بشكلٍ صحيحٍ من أوّلِ مرّةٍ وأدائِها بشكلٍ أفضلَ في المرّةِ القادمةِ بما يضمنُ اعتمادَ العملاءِ وتبنّيهم لخدماتِ المنظّمةِ. والثقةُ هيَ المعيارُ الأكثرُ أهمّيةً للعميلِ عندَ تقييمِه لنوعيةِ الخدمةِ؛
- **استثمار عمليّة علاج الأخطاء:** إنّ قيّامَ المنظّمةِ بمعالجةِ الأخطاءِ التي قَد تحدُثُ في تقديمِها لخدماتها قَد تكونُ فرصةً ذهبيةً لها لكي تقدِّمَ لهم خدمةً تفوقُ توقّعاتهم فالقيامُ مثلا بالتعاملِ الفوري معَ العميلِ الغاضبِ وإظهارُ التعاطفِ معَ موقفِه ومشكلتِه والعملُ على حلِّها بشكلٍ جيّدٍ وسريعٍ يستطيعُ أن يحوِّلَ النقاطَ السلبيةَ في خدماتِ المنظّمةِ إلى إيجابيةٍ لها.

1-29- النموذج العمليّ لتصميم وإدارة نوعية الخدمة:

إنّ نوعيةَ الخدمةِ تتوقّفُ على أداءِ العاملينَ. ولا يمكِنُ هندسةُ هذا الأداءِ أو التحكّمُ فيهِ بنفسِ القدرِ الذي يحدُثُ في المنتَجاتِ. وتكمنُ الخطورةُ في أنّ استمرارَ منظّمةِ الخدمةِ في السوقِ يتوقّفُ على تمكّنِها من تقديمِ الخدمةِ إلى عملائِها بمستوًى نوعيةٍ يتّفقُ مع المستوى الذي تقدّمُه المنظّماتُ أو يفوقُه. وتوجدُ عدّةُ نماذجٍ توضّحُ كيفيةَ تسييرِ خدماتٍ ذاتِ نوعيةٍ عاليةٍ. وسوفَ يتمُّ التطرّقُ للنموذجِ الحديثِ الذي جاءَ بهِ Ramswany سنة 1996م في كتابهِ

المتخصّصِ لعمليةِ تصميمِ الخدمةِ وإدارتها، ويتكوّنُ هذَا النموذجُ من ثمانيةِ مراحلٍ موضّحةٍ في الشكلِ أدناهُ:



شكل رقم (7): النموذج العملي لتصميم وإدارة الخدمة

المصدر: ادريس، عبد الرحمان. مرجع سابق. ص 471.

يتّضحُ منَ الشكلِ أعلاهُ أنّ نموذجَ تصميمِ الخدمةِ يتكوّنُ من ثمانيةِ مراحلٍ أساسيّةٍ ومتسلسلةٍ ولا تتمُّ المرحلةُ المواليةُ إلاّ بعدَ إتمامِ سابقتِها، هذهِ المراحلُ هي(1):

1-29-1- المرحلة الأولى: مرحلة تعريف خصائص الخدمة:

وتتضمّنُ هذهِ المرحلةُ مجموعةً منَ الأنشطةِ والمهامِّ هيَ:

- تحديدُ الجمهورِ الرئيسي للخدمةِ؛
- تحديدُ احتياجاتِ العملاءِ المتوقّعِ إشباعُها؛
- وضعُ نظامٍ لأولويّاتِ الحاجاتِ حسبَ درجةِ أهمّيتِها؛

---

(1) ادريس، عبد الرحمان. مرجع سابق. ص ص 472-483.

- تحديدُ الخصائصِ المطلوبةِ في الخدمةِ؛
- وضعُ مقاييسٍ كميّةٍ لخصائصِ التصميمِ؛
- تحديدُ العلاقةِ بينَ احتياجاتِ التصميمِ وخصائصِه؛
- التوصّلُ إلى الخصائصِ الأكثرِ أهمّيةً في التصميمِ.

وكلّمَا كانَ هناكَ تفهّمٌ واضحٌ ودقيقٌ لاحتياجاتِ الجمهورِ أوِ العملاءِ أدّى ذلكَ إلى النجاحِ في تصميمِ الخدمةِ. وهذَا يوضّحُ أهمّيةَ احتياجاتِ الجمهورِ والعملاءِ في أيّ تصميمٍ مقترَحٍ للخدمةِ. والخدمةُ التي يتمُّ تصميمُها بدونِ تفهّمٍ واضحٍ ودقيقٍ لاحتياجاتِ الجمهورِ المستهدَفِ يكونُ مصيرُها المؤكّدُ الفشلُ؛

1-29-2- المرحلة الثانية: مرحلة تحديد معايير أداء التصميم:

وهيَ أيضًا تشملُ مجموعةً منَ المهامِ والأنشطةِ الواجبِ القيامُ بها، وهيَ موضَّحةٌ كمَا يلي:

- تحديدُ مستوى الأداءِ المرغوبِ للجمهورِ بالنسبةِ لكلّ خاصّيةٍ؛
- تحليلُ أداءِ خدماتٍ مماثلةٍ؛
- إقامةُ العلاقةِ بينَ الأداءِ والرّضَا؛
- تحديدُ معاييرِ أداءِ التصميمِ بالنسبةِ لكلّ خاصيّةٍ؛

وإذا حدثَ انحرافٌ بسيطٌ في الأداءِ عنِ المستوَى المطلوبِ أوِ المرغوبِ بالنسبةِ لكلّ خاصّيةٍ فإنّ ذلكَ يؤدّي إلى انخفاضٍ بدرجةٍ كبيرةٍ في رضى العميلِ. فمن الواجب إذن أن توضَعَ معاييرُ أداءِ تصميمِ الخدمةِ بقدرِ الإمكانِ في مُستوى قريبٍ منَ المعاييرِ المرغوبةِ من جانبِ العملاءِ؛

1-29-3- المرحلة الثالثة: مرحلة تنميّة وتقييم مفاهيم التصميم:

وتتضمّنُ أيضًا مجموعةً منَ المهامِّ والأنشطةِ الموضَّحةِ أدناهُ:

- تعريفُ الوظائفِ الأساسيةِ اللازمةِ لتقديمِ الخدمةِ؛
- تجميعُ هذهِ الوظائفِ في شكلِ عمليّاتٍ؛
- توثيقُ هذهِ العمليّاتِ في شكلِ خرائطِ تدفّقٍ (تمثيلُ خطّ سيرِ هذهِ العمليّاتِ)؛
- خلقُ مفاهيمَ بديلةٍ لتصميمِ الخدمةِ؛
- تقييمُ أحدِ المفاهيمِ واختيارُها لتصميمٍ معيَّنٍ وبشكلٍ تفضيلٍ؛

1-29-4- المرحلة الرابعة: مرحلة تنمية تصاميم خاصّة بالتصميم:

تحتوي على مجموعةٍ منَ الأنشطةِ هيَ:

- تجزئةُ المفهومِ على أساسِ عناصرِ تصميمٍ منَ العمليّاتِ؛
- تنميةُ بدائلِ التصميمِ لكلّ عنصرٍ؛
- تقييمُ واختيارُ البدائلِ بالنسبةِ لكلِّ عنصرٍ؛
- تقييمُ واختبارُ التصميمِ للتنفيذِ؛
- اختبارُ الأداءِ بالنسبةِ للتصميمِ الكلّي للخدمةِ؛
- إجراءُ أيّ تعديلاتٍ على التصميمِ الكلّي للخدمةِ؛
- تحديدُ المتطلَّباتِ الوظيفيةِ التفصيليّةِ؛

في هذهِ المرحلةِ تتمُّ تجزئةُ مفهومِ الخدمةِ إلى العناصرِ التي يتكوّنُ منها التصميمُ. ويتِمُّ تحديدُ بدائلِ تصميمٍ لكلّ عنصرٍ بالتنبؤ بمستوى الأداءِ لهذَا العنصرِ، وهكذا بقيّةُ العملياتِ إلى أن يصبحَ تصميمُ الخدمةِ جاهزًا يحقّقُ أعلى مستوى أداءٍ مرغوبٍ للعملاءِ ومقبولاً ماليًّا وفنيًّا وجاهزًا للتطبيقِ. وبعدَ ذلكَ تحدَّدُ المتطلَّباتُ الوظيفيّةُ التفصيليّةُ لتسليمِ الخدمةِ للمواطنِ؛

1-29-5- المرحلة الخامسة: مرحلة تنفيذ التصميم

إنّ المهامّ والأنشطةَ الخاصّةَ بهذهِ المرحلةِ تهدفُ إلى التأكّدِ من أنّ تصميمَ الخدمةِ سوفَ يتمُّ استخدامُه في التطبيقِ العمَلي بنجاحٍ. وتتضمّنُ هذهِ المرحلةُ مجموعةً منَ الخططِ اللازمةِ لتنفيذِ مشروعِ التصميمِ وهي:

- وضعُ خطّةٍ لتنفيذِ التصميمِ؛
- وضعُ خطّةٍ لاختبارِ التصميمِ عمليًّا؛
- وضعُ خطّةٍ للاتّصالاتِ تتضمّنُ تحديدَ الوسائلِ والتوقيتِ والأفرادِ اللاّزمينَ لتقديمِ الخدمةِ؛
- وضعُ خططِ توزيعِ الخدمةِ توصَفُ بالتسلسُلِ الزمني اللاّزمِ لتقديمِ الخدمةِ؛
- وضعُ خطّةٍ تحدِّدُ بالتفصيلِ أسلوبَ إدارةِ الخدمةِ وخاصّةً متابعةَ تنفيذِ الأداءِ ومراقبتِه للكشفِ عنِ المشاكلِ والانحرافاتِ؛

1-29-6- المرحلة السادسة: مرحلة قيّاس الأداء

في هذهِ المرحلةِ تتِمُّ مراقبةُ الأداءِ أثناءَ تقديمِ الخدمةِ وكشفُ أيِّ انحرافٍ واتخاذُ التصرّفِ المناسبِ لعلاجِه للمحافظةِ على استقرارِ مستوى الأداءِ وتحسينه وِفقَ طبيعةِ الموقفِ. وتتضمّنُ هذهِ المرحلةُ الأنشطةَ التاليةَ:

- اختيارُ الخصائصِ الرئيسيةِ في الخدمةِ لغرضِ القيّاسِ؛
- قيّاسُ الأداءِ المتعلّقِ بالخصائصِ المختارةِ في ضوءِ معاييرِ الأداءِ؛
- قيّاسُ التفاوتِ في الأداءِ لكلّ خاصّيةٍ خلالَ فترةٍ زمنيةٍ؛
- قيّاسُ كفاءةِ العملياتِ التي تشملُها الخدمةُ مثلَ تكاليفِ تشغيلِ الخدمةِ ومستوى استخدامِ المواردِ لأدائِها؛
- تصميمُ إجراءاتِ التحليلِ وكتابةِ التقريرِ؛

- تحليلُ أسبابِ انخفاضِ مستوى الأداءِ؛
- اتّخاذُ الإجراءاتِ التصحيحيّةِ المناسبةِ؛

1-29-7- المرحلة السابعة: تقييم رضا جمهور الخدمة

قَد تتغيّرُ توقّعاتُ الجمهورِ خاصّةً بعدَ خبرتهم في استعمالِ الخدماتِ والخدماتِ المماثِلةِ في الخارجِ وتتغيّرُ احتياجاتُ الجمهورِ معَ الزمنِ إضافةً إلى أن مستوَى هذهِ الخدماتِ في الدولِ يتغيّرُ. ومِن ثمّةَ تصبحُ المعاييرُ في الخدمةِ الجديدةِ أقلَّ من توقّعاتِ الجمهورِ، أو أقلَّ من أداءِ خدماتِ الدولِ المشابهة فيتقلّبُ مستوى رضا الجمهُورِ. لذلكَ منَ الضروريّ متابعةُ مستوى رضاهُ وذلكَ يستوجبُ القيّامَ بالأنشطةِ التاليةِ:

- قيّاسُ رضا الجمهورِ نحوَ أداءِ الخدمةِ الجديدةِ؛
- قيّاسُ رضا الجمهورِ مقارنةً بتوقّعاتِه؛
- قيّاسُ رضا الجمهور مقارنةً بالتجاربِ الأخرَى المشابهةِ؛
- مقارنةُ نتائجِ هذهِ المرحلةِ بنتائجِ المرحلةِ الثانيةِ؛

وهناكَ ثلاثُ طرقٍ لتصنيفِ العملاءِ وهيَ:

* التصنيفُ وفقَ مقياسٍ مطلقٍ وصريحٍ يحتَوي على خمسةِ أو سبعةِ نقاطٍ متدرِّجةٍ مثَلا 1غيرُ راضٍ تماما، 7 راضٍ تمامًا.

* التصنيفُ بالمقارنةِ بتوقّعاتِ العميلِ مثلا 7 جودةُ الخدمةِ التي أحصلُ علَيها أحسنُ بكثيرٍ ممّا توقّعْتُ، 1 نوعيّةُ الخدمةِ التي أحصلُ عليها أسوأُ بكثيرٍ ممّا توقّعتُ.

* التصنيفُ بمقارنةِ خدماتٍ مماثِلةٍ في أماكنٍ أخرى مماثِلةٍ مثلاً: 7 نوعيّةُ الخدمةِ المقدَّمةِ أفضَلُ بكثيرٍ من الخدماتِ في الأماكنِ الأخرَى.

إنّ هذهِ المرحلةَ تستوجبُ ضرورةَ القيّامِ بمتابعةِ مستَوى رِضى الجمهورِ عنِ الخدمةِ الجديدةِ، وذلكَ في ضوءِ مستوَى الأداءِ الفِعلي للخدمةِ المقدّمةِ وتوقّعاتِ الجمهورِ والخدماتِ

المقدّمةِ من جانبِ الآخرينَ؛

1-29-8- المرحلة الثامنة: مرحلة تحسين الأداء

تتضمّنُ هذهِ المرحلةُ المهامّ التاليةَ:

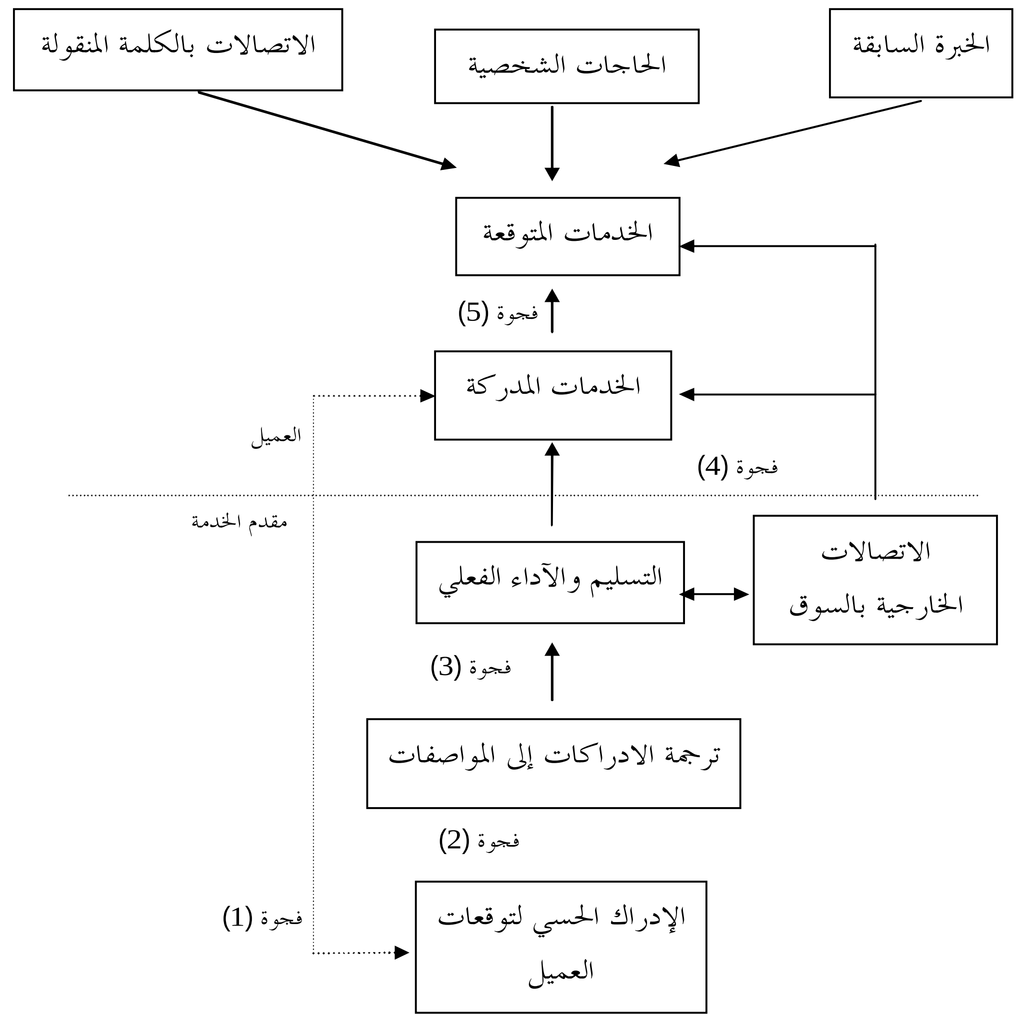
- تحديدُ الأهدافِ الماليّةِ والاجتماعيةِ والسياسيةِ والرضا الكلّي عنِ الخدمةِ؛
- وضعُ مستوياتٍ مستهدفةٍ للرضا عنِ الخدمةِ؛
- وضعُ بدائلَ لتحسينِ الأداءِ في الخدمةِ:
  - o تحسينُ بغرضِ معالجةِ الانحرافاتِ عن معاييرِ الأداءِ؛
  - o تحسُين بغرضِ زيادةِ مستوى الرضى عنِ الخدمةِ؛
  - o تحسينُ بغرضِ تحقيقِ ميزةٍ تنافسيةٍ في السوقِ؛
- تحليلُ التكلفةِ والعائدِ لبدائلِ تحسينِ أداءِ الخدمةِ؛
- اختيّارُ البديلِ المناسِبِ لتحسينِ أداءِ الخدمةِ؛

في الواقِعِ يوجَدُ العديدُ منَ الاختياراتِ الخاصّةِ بتحسّنِ أداءِ الخدمةِ الجديدةِ مِنها ردُّ الفعلِ لما يحدُثُ. وهناكَ اختياراتٌ ذاتُ طابعٍ استراتيجي تركِّزُ على تعزيزِ التفوُّقِ التنافسي من خلالِ تقديمِ نوعيّةٍ استثنائيةٍ للخدمةِ. لذلكَ فالأمرُ متروكٌ لإدارةِ الخدمةِ الجديدةِ لتحديدِ الاختياراتِ المناسِبةِ لتحسينِ أداءِ الخدمةِ، والتي تحقِّقُ للمنظّمةِ أعلى درجةٍ من رضا الجمهورِ المستهدَفِ.

1-30- تحليل مشاكل نوعية الخدمة:

لقَد طوّرَ جيري وزملاؤُه نموذجًا يُدعى (تحليلَ الفجوةِ) يهدِفُ استخدامُه إلى تحليلِ وتحديدِ مصادرِ مشاكلِ النوعيةِ للخدماتِ ومساعدةِ المديرينَ في تحسينِ النوعيّةِ. والشكلُ الموالي[1] يوضِّحُ هذَا النموذجَ:

(1)- الضمور، حماني. المرجع السابق. ص ص 362 – 364.



شكل رقم: (8): نموذج نوعية الخدمة

المصدر: الضمور، حماني . المرجع السابق . ص363.

يتّضحُ منَ الشكلِ أعلاهُ أنّ نوعيةَ الخدمةِ مقسّمةٌ إلى جزئين. الجزءُ العلوي يتعلّقُ بالعميلِ والجزءُ السفلِي يتعلّقُ بمقدِّمِ الخدمةِ. ويبيِّنُ النموذجُ الخطواتِ التي يجبُ أخذُها في الاعتبارِ عندَ تحليلِ نوعيةِ الخدمةِ وتخطيطِها وتفحّصِ المصادرِ المحتمَلةِ فيها. وقد حدّدَ النموذجُ الفجواتِ التي تحدِثُ المشاكلَ في نوعيةِ الخدمةِ وتتسبّبُ في عدمِ النجاحِ في تقديمِ النوعيةِ المطلوبةِ بخمسِ فجواتٍ وهيَ:

الفجوة الأولى: فجوةٌ بينَ توقّعاتِ إدارةِ المنظّمةِ وإدراكَها: قَد يحدُثُ أن لا تدرِكَ المنظّمةُ بدقّةٍ رغباتِ العملاءِ وكيفيةَ حكمِ العميلِ على مكوّناتِ الخدمةِ لأنّ معلوماتها خاطئةٌ أو تمّ تفسيرُها بطريقةٍ خاطئةٍ؛

الفجوة الثانية: فجوةٌ بينَ إدارةِ المنظّمةِ وتحديدِ درجةِ دقّةِ المواصفاتِ: وهذَا يعني أنّ مواصفاتِ النوعيةِ لا تتطابَقُ مع توقّعاتِ الإدارةِ وقد يُعزى السببُ لعجزِ المنظّمةِ عن وضعِ مستوياتٍ واضحةٍ للنوعيّةِ، أو لأخطاءٍ في إجراءاتِ التخطيطِ وقد تكونُ مستوياتُ النوعيةِ واضحةً لكنّها لا ترمي إلى مستوياتِ توقّعاتِ العملاءِ، وقد تكونُ واضحةً وتروقُ العملاءَ ولا تصلُ إلى مستوياتِ طموحاتِ الإدارةِ؛

الفجوة الثالثة: فجوةٌ بينَ تحديدِ مستوى النوعيّةِ والتسليمِ الفِعلي للخدمةِ، حيثُ توجَدُ عواملٌ كثيرةٌ تؤثِّرُ على أداءِ الخدماتِ منها: المواصفاتُ معقَّدةٌ وغيرُ مرنةٍ أو العامِلون غيرُ مقتنعين بالمواصفاتِ المطلوبةِ أو لا يكونُ لهم الحافزُ الكافي لأداءِ الخدمةِ أو وجودُ أنظمةِ تشغيلٍ سيّئةٍ؛

الفجوة الرابعة: فجوةٌ بينَ أداءِ الخدماتِ والاتّصالِ بالسوقِ:

وتتضمّنُ الوعودَ المعطاةَ لا تتطابقُ معَ الأداءِ الفعلي للخدمةِ وقد يرجِعُ السببُ إلى عدمِ التنسيقِ أو ضعفِه بينَ العمليّاتِ والتسويقِ الخارجي في المنظّمةِ؛

الفجوة الخامسة: فجوةٌ بينَ الخدمةِ المؤدّاةِ والخدمةِ المتوقَّعةِ؛

وهذَا يعني أنّ الخدمةَ المدرَكةَ لا تتطابقُ معَ الخدمةِ الفعليةِ أو قَد يكونُ ذلكَ راجعًا لحدوثِ أكثرِ من فجوةٍ في آنٍ واحدٍ.

إنّ نوعيةَ الخدمةِ في الأساسِ هيَ السرُّ في بقاءِ منظّماتِ الخدماتِ أو زوالِها. ذلكَ أنّ الحكمَ على نوعيةِ الخدمةِ لا تقرّرُه هذهِ المنظّماتُ بل يرجعُ إلى المستهلِكِ. فإذا كانت هذهِ النوعيةُ تساوي أو تفوقُ توقّعاتِه في الخدمةِ عاودَ اقتناءَها وداوَمَ عليها، أمّا إذا كانَت عكسَ ذلكَ انقطعَ عن اقتنائِها. وعلى منظّماتِ خدماتِ اليومِ ما أرادَت الاستمرارَ في نشاطِها أن تحسِّن توقُّعَ مدلولاتِ ومتطلّباتِ العملاءِ وتستثمرَ استغلالَها كما يجدُرُ بها أن تحسِنَ الاستماعَ إلى المحيطِ لاستغلالِ الفرصِ وتجنّبِ الأخطارِ.

يعتبَرُ النقلُ من أهمِّ الوظائفِ في قطاعِ الخدماتِ في العصرِ الحديثِ، ذلكَ أنّهُ يعملُ على تكاملِ النشاطِ البشري في المكانِ من خلالِ تبادلِ المنتَجاتِ والخدماتِ والأنشطةِ الأخرى، كما يعملُ على تجميعِ الناسِ والطاقةِ والمنتَجاتِ أو توزيعِهم.

ويشكِّلُ النقلُ بالحافلاتِ إحدى وسائلِ النقلِ الهامّةِ. فرغمَ تقدّمِ وسائلِ النقلِ والمواصلاتِ الأخرى من طيرانٍ وموانئ وسككٍ حديديةٍ احتفَظَت الحافلةُ بأهمّيتِها في مجالِ نقلِ الركّابِ، حيثُ قامَت معظمُ الدولِ بإنشاءِ هيئاتٍ وشركاتٍ كبيرةٍ لإدارةِ وتشغيلِ أسطولِ الحافلاتِ العامّةِ داخلَ المدنِ. وهذا الفصلُ يتضمّنُ مفهومَ النقلِ وتحليلَ الطلبِ وعرضَ خدماتِ النقلِ والنقلَ الحضري الجماعي وعناصرَ تشغيلِ خدماتِ النقلِ.

@+

النقل الحضري الجماعي

2-1- مفهوم النقل:

يعتبَرُ النقلُ منَ الأنشطةِ المرتبطةِ بحياةِ الفردِ التي يَسعى دومًا لإدراجها في أولويّاتِ اهتماماتِه وذلكَ لإشباعِ حاجاتِه الشخصيةِ والاجتماعيةِ والاقتصاديةِ. وبدأَ هذَا المفهومُ يظهَرُ في حياةِ الإنسانِ منذُ أن اتّسمت بالترحالِ والاستقرارِ، وذلكَ نتيجةَ الحركةِ والسكونِ التي يعرفُها. ومعَ مرورِ الزمنِ تطوّرت حياةُ الإنسانِ وتغيّرت وازدادت تعقيدًا فتعدّدت الآراءُ حولَ تعريفِ مصطلحِ النقلِ. كلٌّ يعرِّفُه حسبَ اختصاصِه، فهناكَ من يَراه خدمةً وسيطيةً، وهناكَ من يراه خدمةً إنتاجيةً والبعض الآخر يراه نشاطًا اجتماعيًا.

سيتمُّ التطرّقُ لبعضِ التعريفاتِ بهدفِ الوصولِ إلى تعريفٍ ملائمٍ وشاملٍ للموضوعِ، وذلكَ من خلالِ الجوانبِ التاليةِ:

2-1-1- تعريف النقل لغةً:

تعني كلمةُ النقلِ لغةً «تحويلَ الشّيءِ من مكانٍ إلى آخرَ».(1) أي هوَ عمليةُ تحريكٍ وحملٍ وانتقالٍ من مكانٍ إلى آخرَ.

2-1-2- تعريف النقل من النّاحية الاقتصادية:

يعرَّفُ النقلُ منَ الناحيةِ الاقتصاديةِ على أنّهُ وسيلةٌ ماديةٌ تحوي مجموعةً منَ التقنياتِ المسطّرةِ من أجلِ نقلِ الأشخاصِ والبضائعِ.(2) ويعرَّفُ أيضًا بأنّهُ تحرُّكُ الأشخاصِ والسلعِ في إقليمٍ معيَّنٍ.(3) ويعرَّفُ على أنّهُ نشاطٌ للخدماتِ متعلّقٌ بوظائفِ الإنتاجِ.(4)

---

(1) المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة. المعجم العربي الأساسي. طبعة لاروس، 1989. ص 1225.

(2) Ziv, Jean Claude et Napoléon, Charles. Le transport urbain. France, Dunod, 1981. p 1.

(3) Téfre, Martine. Economie des transports. France, ellipses, 1996. p 2.

(4) Frybourg, Michel. L’innovation dans les transports. France, paradigme, 1986. p 11.

من التعاريفِ السابقةِ يتّضحُ أنَّ:

- النقلَ يخصُّ الأشخاصَ والبضائعَ على حدٍّ سواء؛
- النقلَ وُصِف بأنّه نشاطٌ للخدماتِ؛
- النقلَ عمليةٌ تتمُّ في فضاءٍ أو لإقليمٍ معيَّنٍ؛
- التعريفَ الثالثَ يقتصرُ على وصفِ نقلِ البضائعِ دونَ الأشخاصِ؛
- التعاريفَ السابقةَ لم تتطرّق للوسيلةِ التي يتمُّ بها نشاطُ النقلِ، والتي تعتَبَرُ عنصرًا لا يمكنُ الاستغناءُ عنهُ في خدمةِ النقلِ.

كمَا عرَّفَ الدكتورُ Massan النقلَ بأنّهُ «خدمةٌ تخلقُ منفعةً في الوقتِ والمكانِ بواسطةِ تحويلِ السلعِ والأشخاصِ من نقطةٍ إلى أخرى».[(1)]

يلاحَظُ أنّ هذَا التعريفِ أضافَ شيئًا جديدًا في تعريفِ خدمةِ النقلِ ألا وهيَ خلقُ المنفعةِ في الزمانِ والمكانِ. فمنفعةُ الزمانِ تتمثّلُ في اختصارِ الوقتِ ومنفعةُ المكانِ تتضمّنُ التنقُّل من نقطةٍ إلى أخرى.

2-1-3- تعريف النقل من الناحية القانونية:

جاءَ تعريفُ النقلِ في القانونِ الجزائري في المادّةِ 16 منَ القانونِ رقم 17/88 المؤرَّخِ في 10 مايو سنةَ 1988 ما يلي: «يعدُّ نقلاً كلُّ نشاطٍ ينقُل بواسطتِه شخصٌ طبيعي أو معنوي أشخاصا أو بضائعَ من مكانٍ لآخرَ على متنِ مركبةٍ مهمَا كانَ نوعُها».[(2)]

يُستخلَصُ منَ التعريفِ السابقِ ما يلي:

- لم يتطرّق القانونُ الجزائري للجانبِ الاقتصادي منَ النقلِ وهوَ المحرِّكُ لهُ؛

(1) بوبكور، فارس. محاضرات اقتصاد النقل (غير منشورة). الجزائر، المدرسة الوطنية لتطبيق تقنيات النقل البري، 1998-1999.

(2) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. «قانون رقم 17/88 يتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه». الجزائر، 1988، 19. ص 785.

- وصِفَ النقلُ بنشاطٍ يمكنُ أن يحقِّقَهُ شخصٌ طبيعي أو معنوي؛
- اشتمَلَ النقلُ على الأشخاصِ والبضائعِ؛
- أضافَ هذا التعريفُ أنّه لا بدَّ من توفُّرِ مركبةٍ لنشاطِ النقلِ وهيَ لفظٌ عامّ يمتدُّ للمركبةِ البحريةِ والجويةِ.

انطلاقا منَ التعريفاتِ السابقةِ يمكِنُ القولُ إنّ:

النقلَ نشاطٌ للخدمات يُنتِج منفعةً في الزمان والمكان بواسطة شخصٍ طبيعي أو معنوي يضمَنُ التحويلَ الفيزيائي للأشخاص والبضائع في مجالٍ معيَّنٍ ومن مكانٍ لآخرَ على متنِ مركبةٍ معَدّةٍ لهذا الغرضِ ولمسافةٍ مقبولةٍ.

2-2- تعريفُ وسيلةِ النقل:

تختلفُ وسائلُ النقلِ باختلافِ أنواعِ النقلِ ذاتها، ولها شروطٌ وتقنياتٌ وتنظيماتٌ تحكمُ عدّةَ جوانبَ فيها.

فتعرَّفُ وسيلةُ النقلِ بأنَّها «تلك المركبةُ المستعملةُ في نقلِ الأشخاصِ أو الأشياءِ أوكليهما».[(1)] كما تعرَّفُ أيضا بأنّها «جهازٌ ميكانيكي ذو حركةٍ يُستخدَم في نقلِ الأشخاصِ أو البضائعِ، يتميَّزُ بسرعتِه وحمولتِه المختلفةِ ويسلكُ شبكةَ الطرقِ».[(2)]

يلاحَظُ منَ التعاريفِ السابقةِ أنَّ "مركبة" كلمةٌ عامّةٌ تشملُ كلَّ وسيلةِ نقلٍ برّيةً كانت أم بحريةً أم جويةً. كما توضِّحُ هذه التعاريفُ أنّ وسائلَ النقلِ تختلفُ فيما بينَها من حيثُ السرعةِ والحمولةِ وشبكةِ الطرُقِ المستعمَلةِ.

مما سبقَ يمكنُ القولُ إنّ وسيلةَ النقلِ هي:

كلُّ مركبةٍ ذاتيّةِ الحركةِ تُستخدَمُ في نقلِ الأشخاصِ أو البضائعِ، لها سرعةٌ وحمولةٌ

(1) ولد كسكوسة، حكيم. النظام القانوني المرفق بالجزائر. مذكرة ماجستير. الجزائر، جامعة الجزائر، 1996. ص 36.

(2) بوبكور، فارس. (محاضرات غير منشورة). مرجع سابق.

مختلفةٌ وتسلكُ طريقا معيَّنًا.

2-3- تعريفُ المنتفِع من وسيلة النقلِ:

يُقصَد بالمنتفِع من وسيلةِ النقلِ «ذلكَ الشخصُ الذي يتلقّى من أيِّ شخصٍ آخرَ – مقابلَ دفع ثمنٍ أو أجرةٍ- موادَّ تجاريةً أو خدماتٍ»[1]. ويُلاحَظُ منَ التعريفِ أنّ الشخصَ يمكنُ أن يكونَ طبيعيا أو معنويًا. وعمليةُ الانتفاعِ منَ النقلِ تتضمَّنُ الأشياءَ الماديةَ كالسلعِ الماديةِ والأشياءِ غيرِ الملموسةِ (كخدماتِ النقلِ).

2-4- تعريفُ عقد نقل الأشخاص:

إنّ لتكوينِ عَقدِ النقلِ أهميةٌ كبيرةٌ بالنسبةِ للراكبِ والناقلِ. فهوَ يضمنُ حقوقَ كليهما كمَا يبيِّنُ مسؤولياتِ أطرافِ العَقدِ. ويعرَّفُ عقدُ نقلِ الأشخاصِ بأنّهُ «اتفاقٌ يلتزمُ بموجبه الناقلُ بأن يقومَ بوسائطِه بنقلِ شخصٍ – وهو الرّاكبُ - إلى مكانٍ معيّنٍ مقابلَ أجرةٍ معيّنةٍ».[2] ومن هنا فعقدُ نقلِ الأشخاصِ يكونُ بينَ الناقلِ والراكبِ ويختلفُ عن عقدِ نقلِ البضائعِ الذي يتضمّنُ طرفًا ثالثًا وهوَ المرسَلُ إليه.

2-5- عناصر النقل:

يتكوّنُ نشاطُ خدمةِ النقلِ منَ العناصرِ التاليةِ[3]:

(1) ولد كسكوسة، حكيم. مرجع سابق. ص 35.

(2) المقدادي، عادل، علي. مسؤولية الناقل البري في نقل الأشخاص. الأردن، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، 1997. ص 19.

(3) رياض، محمد. جغرافيا النقل. لبنان، دار النهضة العربية. ص ص 47-71.

2-5-1- الطريق:

يتضمّن عدّة أنواعٍ:

2-5-1-1- الطريق الطبيعي:

هوَ أرخصُ الطرقِ لأنّه مهيأٌ بواسطةِ القوى الطبيعيةِ بدونِ أيةِ استثماراتٍ لأجلِ إنشائِه أو صيانتِه. والطريقُ الطبيعي هوَ أحدُ هذهِ الطرقِ الثلاثةِ: الجوّ والبحر والنهر؛

2-5-1-2- الطريق الاصطناعي:

يشملُ كلَّ الطرقِ التي يصنعُها الإنسانُ سواءً كانت برّيةً أو حديديةً أو أنفاقا أو جسورًا أو طرقًا معلّقةً؛

بالإضافةِ إلى النوعين السابقين، توجدُ عدّةُ أنواعٍ أخرى منَ الطرقِ لكنّها قديمةٌ مثلَ الطرقِ الرومانيةِ والطرقِ الجبليةِ عامّةً، والتي تعرفُ باسمِ مدقّاتِ الحيواناتِ؛**(*)**

2-5-2- وحدة الحمولة:

هيَ تلكَ الوسيلةُ المخصّصةُ لنقلِ البضائعِ والسلعِ. وقد شهدَت هذهِ الأخيرةُ تطوّراتٍ عديدةً وتعديلاتٍ مختلفةً شملَت أساسًا درجةَ تخصُّصِها. وأولى وحداتِ الحمولةِ كانَ الإنسانُ ثمّ تلاهُ الحيوانُ ثمّ العربةُ على اختلافِ أشكالِها وقوّةِ دفعِها؛

2-5-3- نهايات الطرق:

لكلِّ طريقٍ برّي أو بحري أو جوي بدايةٌ ونهايةٌ، وهي متبادَلةٌ بالنسبةِ لوسيلةِ النقلِ، وتصلحُ تسميتُها النهايةَ لخطِّ الملاحةِ أو السككِ الحديديةِ أو الطائرةِ. والبداياتُ فقط هيَ التي

(*) تعني مدقات الحيوانات الطريق الذي يسلكه الحيوان باستمرار مما يؤدي إلى تكوين خط مستمر عار من النباتات وممهدا تمهيدا معقولا.

تحدَّدُ بالنسبة للركّابِ أو البضائعِ، فنهايةُ طريقٍ هيَ بدايةٌ لطريقٍ آخرَ من نوعٍ آخرَ وقد يكونُ منَ النوعِ نفسِه، والعكسُ. وهذا التزاحمُ المكاني لنهاياتِ الخطوطِ صفةٌ من مستلزَماتِ النقلِ في العصرِ الحديثِ؛

2-5-4- قوّة الدفع:

تختلفُ القوةُ الدافعةُ لوسائلِ النقلِ اختلافًا كبيرًا، ويمكنُ تقسيمُها إلى ثلاثةِ أقسامٍ:

- قوة الدفع البيولوجية الحية؛
- قوة الدفع الطبيعية؛
- قوة الدفع الميكانيكية؛

وتنقسمُ قوّةُ الدفعِ البيولوجيةُ إلى قسمين: القوةُ العضليةُ للإنسانِ والقوةُ العضليةُ للحيوانِ. ويتميّزُ هذا النوعُ بأنّ هذهِ القوّةَ محدودةٌ بطاقتِها الحيّةِ فلا يمكنُ أن تزيدَ عنها، وتصبحُ الطاقةُ المضافةُ بعدَ هذا الحدِّ طاقةً مفقودةً. أمّا القوةُ الطبيعيةُ فيُقصَدُ بها استخدامُ الماءِ في الأنهارِ واستخدامُ الرياحِ، وكلاهما غيرُ محدودِ الطاقةِ. وقوةُ الدفعِ الميكانيكيةُ غيرُ محدودةِ الطاقةِ ولها مواصفاتُ الآلةِ المستخدمةِ، وقد أصبحَت أهمَّ قوةٍ للدفعِ في عالمِ النقلِ الحديثِ.

2-6- أنواع النقل:

إنّ اختلافَ كلٍّ من وسيلةِ النقلِ والخطِّ الذي تنتهجُه يختلفُ معه نوعُ خدمةِ النقلِ الناتجةِ، وعليه يمكنُ تصنيفُ النقلِ إلى:

2-6-1- النقل الجوي:

برزَت مكانةُ هذا النوعِ منَ النقلِ خاصّة بعدَ الحربِ العالميةِ الثانيةِ سواءً للأشخاصِ أو البضائعِ. ويتمُّ استعمالُ الطائرةِ في النقلِ عبرَ الجوِّ، ويتميّزُ هذا النوعُ بسرعتِه الهائلةِ وبطاقةِ حمولتِه المعقولةِ، لكنّها أقلُّ من حمولةِ النقلِ البحري. ويتضمّن هذا النوعُ منَ النقلِ خطوطا محليةً

داخلَ إقليمِ البلدِ وخطوطا دوليةً بينَ البلدانِ. وتتمثّلُ هياكلُه القاعديةُ الأساسيةُ في المطاراتِ، ويتميّزُ بارتفاعِ تكاليفِه سواءً للأشخاصِ أو البضائعِ؛

2-6-2- النقل البحري:

يمثّلُ النقلُ البحري أهمَّ أنواعِ النقلِ من حيثُ الحمولةِ الكبيرةِ التي لا تضاهيها الأنواعُ الأخرى سواءً للركّابِ أو البضائعِ وانخفاضِ تكلفتِه. وتتمثَّلُ منشآتُه القاعديةُ الأساسيةُ في الموانئِ. ويُعابُ على هذا النوعِ انخفاضُ سرعتِه والاقتصارُ على تقديمِ الخدمةِ في حدودِ المناطقِ التي تمرّ بها الطرقُ الملاحيةُ.[1]

3-6-2- النقل في اليابس:

ويتضمّنُ الأنواعَ التاليةَ[2]:

1-3-6-2- النقل النهري:

يعتبَرُ من أقدمِ أنواعِ النقلِ وأرخصِها بفضلِ حمولتِه الكبيرةِ؛

2-3-6-2- السكك الحديدية:

يعتبَرُ هذا النوعُ منَ النقلِ أسرعَ وسائلِ النقلِ كبيرةِ الحجمِ على اليابسِ. ويتمُّ هذا النقلُ على سككٍ حديديةٍ على سطحِ الأرضِ ويتميّزُ بتكلفتِه المخفضةِ؛

3-3-6-2- النقل البري:

وينقسمُ هذا النوعُ منَ النقلِ إلى قسمين: النقلُ على اليابسِ دونَ وجودِ طريقٍ ممهَّدٍ– الطرقُ الطبيعيةُ كما مهّدَها الطبيعةُ - والنقلُ على طرقٍ مهّدَها الإنسانُ بوسائلٍ مختلفةٍ.

---

(1) Pierre, Merlin. Géographie économique et planification des transports. France, puf fondamental, 1991. p p 22-32.

(2) رياض، محمد. مرجع سابق. ص ص 245-362.

ويتميّزُ هذا النقلُ بإمكانيتِه الكبيرةِ في تقديمِ خدمةِ النقلِ منَ البابِ إلى البابِ إلاّ أنّه يُعابُ عليهِ تكاليفُه العاليةُ وظهورُ مشكلةِ الازدحامِ في المدنِ؛

2-6-3-4- النقل المعلّق:

يتواجدُ خاصّةً في المناطقِ الجبليةِ ويكونُ بالخصوصِ للأشخاصِ. والمبدأُ الأساسي فيهِ هوَ أنّ المتنقِّلَ يظلُّ معلّقًا من حبلٍ يمتدُّ فوقَه ولا يمسُّ الأرضَ أثناءَ نقلِه. ومن ميزاتِه أنّهُ يعبُرُ أراضي وعرةً وغاباتٍ وأوديةً مختلفةَ العمقِ وغيرَ ذلكَ من العوائقِ التي تقفُ حائلاً دونَ النقلِ الاقتصادي. ويوفِّرُ هذا النوعُ منَ النقلِ تكاليفَ باهظةً إذا أقامَ الإنسانُ الإنشاءاتِ الهندسيةَ التي تعبُرُ العوائقَ الموجودةَ في الطريقِ؛

2-6-3-5- الأنابيبُ كوسيلة نقل:

وتستعمَلُ لنقلِ الموادِّ السائلةِ والغازيةِ والصلبةِ. وقد ظهرَت في الولاياتِ المتحدةِ الأمريكيةِ لنقلِ الفحمِ المهروسِ ممزوجاً بالماءِ. وتتبلورُ الفكرةُ الأساسيةُ لظهورِ هذا النوعِ منَ النقلِ في البعدِ المكاني بينَ مكانِ الإنتاجِ والاستهلاكِ.

2-7- أهمّية النقل:

للنقلِ دورٌ هامّ في مختلفِ المجالاتِ. يمكنُ توضيحُ ذلكَ في النقاطِ التاليةِ:

- يوفّر فائدةً كبيرةً للمنتِجِ وهيَ تصريفُ منتَجاتِه، و يوفِّرُ عنِ المستهلِكِ مشقّةَ الانتقالِ إلى أماكنِ توفُّرِ المنتجاتِ؛
- استغلالٌ أمثلُ لعنصرِ الزمنِ لأفرادِ المجتمعِ لما لهُ من أثر على المجالاتِ الأخرى؛
- يساهِمُ في تكوينِ الاتّصالِ الاجتماعي. فكلّما قلَّ اتّصالُ المجتمَعُ بغيرِه منَ المجتمعاتِ كانَ أكثرَ عزلةً وأقلَّ تغييرًا في أنماطِ حياتِه؛

- تقليلُ الفوارقِ بينَ المجتمعاتِ الدوليةِ عن طريقِ الاتّصالِ بينَ المجتمعاتِ المتحضِّرةِ والمتخلّفةِ، والمدنِ والأريافِ داخلَ المجتمعِ الواحدِ. فوجودُ الفوارقِ بينَ المدنِ والأريافِ يؤدّي إلى تكوينِ شعبَين في مجتمعٍ واحدٍ. ومن نتائجِ هذهِ الظاهرةِ نزوحُ سكّانِ الأريافِ نحوَ المدنِ بحثًا عن حياةٍ أفضلَ؛
- يسهّل حركةَ انتقالِ الأشخاصِ والبضائع؛
- يفكُّ العزلةَ عنِ المناطقِ النائيّةِ.(1)
- العملُ على تدعيمِ طاقةِ الدولةِ على التخصُّصِ وتقسيمِ العملِ؛
- تحسينُ مركزِ ميزانِ المدفوعاتِ من خلالِ زيّادةِ طاقةِ الدولةِ التصديريةِ وتحقيقِ مزيدٍ منَ العملاتِ الصعبةِ وتوفيرِ الوارداتِ؛
- تدعيمُ علاقاتِ الترابطِ الاقتصادي سواءً بينَ الصناعاتِ المختلفةِ داخلَ القطاعِ الواحدِ أو بينَ القطاعاتِ الاقتصاديةِ المختلفةِ؛
- القدرةُ على تحقيقِ تكاملٍ إلى الخلفِ بتوفيرِ مستلزَماتِ الإنتاجِ لباقي الأنشطةِ الاقتصاديةِ، وإلى الأمامِ بتوسيعِ نطاقِ الأسواقِ القائمةِ وإيجادِ منافذٍ جديدةٍ للمنتَجاتِ النهائيةِ؛
- يترتّبُ عن توفيرِ خدماتِ النقلِ بتكلفةٍ ملائِمةٍ زيادةُ جانبِ الطلبِ والعرضِ الكلّي للمنتَجاتِ ممّا يحقِّقُ أرباحًا لقطاعِ المنتِجين، علاوةً على زيادةِ رفاهيةِ المستهلِكين بتعظيمِ المنافعِ الناتجةِ عن توافرِ احتياجاتهم الاستهلاكيّةِ.(2)
- كما يساهمُ النقلُ في توفيرِ مناصبِ الشغلِ والمساهمةِ في تخفيضِ حدّةِ البطالةِ.

---

(1) المقدادي، عادل. مرجع سابق. ص ص 11-15.

(2) محمد أيوب، سميرة، ابراهيم. اقتصاديات النقــل دراسة تمهيدية. مصر، دارالجامعة الجديدة، 2002. ص ص 16-24.

2-8- تعريف سوق خدمات النقل للمسافرين:

يعرَّف سوقُ خدماتِ النقلِ للمسافرين بأنّهُ الفضاءُ المكاني والزمني الذي يتضمّنُ تواجدَ مختلفِ المركباتِ المُعَدّةِ لأداءِ خدمةِ النقلِ في شكلِ عرضٍ لهذهِ الخدماتِ مقابلَ تلبيةِ الطلبِ عليها من قِبلِ الزبائنِ. ويتضمّنُ سوقُ خدماتِ النقلِ منظّماتِ النقلِ الخاصّةِ والعامّةِ والعديدَ من وسائلِ النقلِ البديلةِ تعملُ ضمنَ إطارِ المنافسةِ.

يبرزُ التعريفُ السابقُ أنّ سوقَ النقلِ سوقٌ مختلِطٌ يتضمّنُ مختلفَ المنظّماتِ التي تعرضُ خدماتِ نقلٍ بديلةٍ ومنافسةٍ. ولكي يتمَّ التعرّفُ على الملامحِ الاقتصاديةِ لهذا السوقِ وجبَ تحليلُ الطلبِ والعرضِ على خدماتهِ.

2-9- تحليلُ الطلب على خدمات النقل للمسافرين:

إنّ الطلبَ على خدماتِ النقلِ متعلِّقٌ أساسًا بمستعمِلي وسائلِ النقل على اختلافِ أنواعِها من أجلِ التنقُّل من نقطةٍ إلى أخرى. إلا أنّ الطلبَ الحقيقي على خدماتِ النقلِ مفهومٌ صعبُ التحقيقِ، فجزءٌ منه موجودٌ وهوَ ملاحَظٌ ومحسوبٌ خلالَ التحقيقاتِ والجزءُ الآخرُ خفيّ غيرُ مُدرَكٍ ربما لغيّابِ وسيلةِ النقلِ أو بتأثيرِ الأموالِ أو غيابِ الوقتِ الكافي ويعرّفُ هذا النوعُ منَ الطلبِ بالطلبِ الخفيّ.

2-10- خصائص الطلب على خدمات النقل للمسافرين:

إنّ خصائصَ الطّلبِ على خدمةِ النقلِ للمسافرين كثيرةٌ ومتنوّعةٌ يمكنُ إبرازُ أهمِّها في النقاطِ التالية[1]:

---

(1) محمد أيوب، سميرة. المرجع السابق. ص ص 24-30.

- الطلبُ على خدماتِ النقلِ طلبٌ مشتقٌّ أي أنّ النقلَ ليسَ مرغوبًا في حدّ ذاتِه، ولكنّه يُطلَبُ لأغراضٍ مختلفةٍ مثلَ العملِ والدراسةِ والزيارةِ الخ. ويَعتمدُ في ذلكَ على مناطقِ التجمّعِ السكّاني ومواقعِ النشاطِ التجاري؛
- اختلافُ معدّلاتِ الطلبِ على خدماتِ النقلِ البديلةِ باختلافِ الوفرةِ في زمنِ أداءِ خدمةِ النقلِ. وتأتي أهمّيةُ الوقتِ المقتصَدِ انطلاقًا من وجودِ تكلفةِ الفرصةِ البديلةِ لزمنِ رحلةِ الانتقالِ التي تخضعُ في جانبٍ كبيرٍ منها إلى التقييمِ الشخصي. وتزدادُ معدَّلاتُ الطلبِ على وسيلةِ نقلٍ معيَّنةٍ معَ ارتفاعِ قيمةِ الوفرِ منَ الوقتِ المحقَّقِ في زمنِ الانتقالِ وبأقلِّ شعورٍ بالإرهاقِ؛
- تبايُن معدّلاتِ الطلبِ على خدماتِ النقلِ وفقًا لاختلافِ مستوى النشاطِ الاقتصادي. فالطلبُ على خدماتِ النقلِ مرتبطٌ ارتباطًا وثيقًا بالتقلُّباتِ الاقتصاديةِ من رواجٍ وكسادٍ. ففي حالةِ الرواجِ الاقتصادي يزيدُ الطلبُ على خدماتِ السفرِ بغرضِ المتعةِ، وهوَ ما تفسِّرُه زيادةُ دخولِ الأفرادِ على نحوٍ يسمحُ بتخصيصِ جانبٍ منها لرحلاتِ التنزّه والاستجمامِ؛
- التقلّباتُ - اليوميةُ والأسبوعيةُ والموسميةُ - في معدّلاتِ الطلبِ على خدماتِ النقلِ وذلكَ تبعًا لاختلافِ مناطقِ تركُّزِ القوّةِ العاملةِ ومواعيدِ العملِ والدراسةِ وأوقاتِ السياحةِ وفتراتِ العطلِ والمواسمِ الدينيةِ.

2-11- أهمّية تحليل الطلب على خدمات النقل للمسافرين:

تقعُ أهمّيةُ تحليلِ الطلبِ على خدماتِ النقلِ للمسافرين في معرفةِ نموذجِ الطلبِ الذي يفيدُ في[1]:

(1) منصور، حمادة، فريد. مقدمة في اقتصاديات النقل. مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998. ص ص 20-21

- معرفةِ أوقاتِ الذّروةِ(*) وبالتالي مواجهةِ الطلبِ الزائدِ في الوقتِ المناسِبِ بزيادةِ عددِ الحافلاتِ وتقليلِ فتراتِ التقاطعِ، وكذلكَ تحديدِ فتراتِ الركودِ(**) والاستفادةِ منها في تنفيذِ جداولِ الصيانةِ للوحداتِ المتحرّكةِ والمنشآتِ الثابتةِ؛
- إنّ تحديدَ أوقاتِ الذروةِ والركودِ يساعدُ على إعدادِ جدولِ العملِ وبالتالي تخفيضِ تكاليفِ العمالةِ؛
- تقديرِ كمّيةِ خدماتِ النقلِ المطلوبةِ؛
- تعديلِ أسعارِ خدماتِ النقلِ حيثُ تبقى عاملَ جذبٍ للطلبِ وتعظيمٍ للفائضِ كلّما أمكنَ ذلكَ؛
- تقديرِ الربحِ المتوقَّعِ؛
- وضعِ سياسةِ توظيفِ العمّالِ والاستثماراتِ في الفترةِ السابقةِ.

2-12- محدّدات الطلب على خدمات النقل:

يمكنُ ضبطُ المحدِّداتِ التي تؤثِّرُ في الطلبِ على خدماتِ النقلِ حسبَ نظريةِ سلوكِ المستهلِكِ في العواملِ التاليةِ(1):

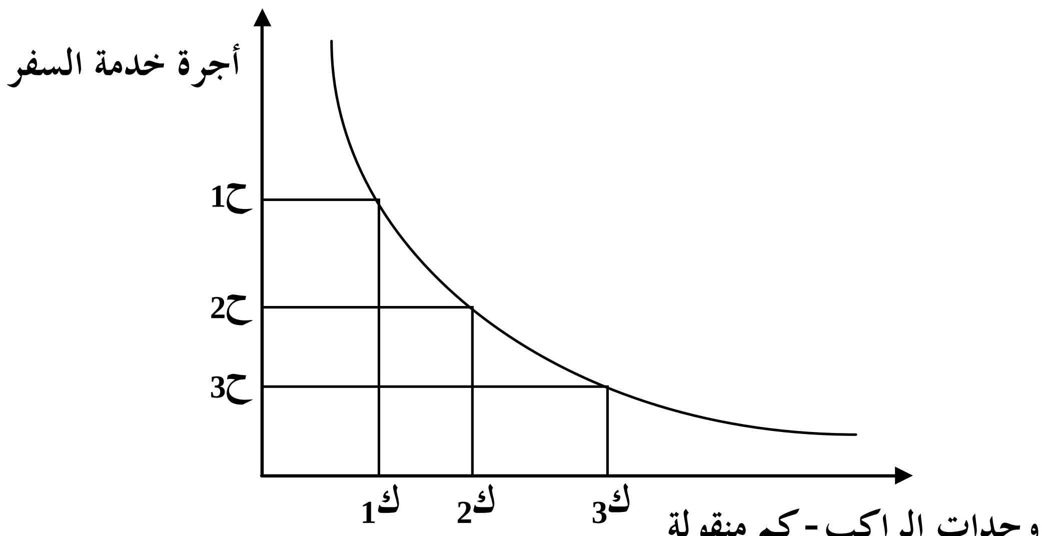
- سعرِ خدمةِ النقلِ؛
- دخْلِ المستهلِك؛
- صنوفِ المستهلِك؛
- أسعارِ الخدماتِ البديلةِ أو المكمِّلةِ؛

(*) تعني فترات الذروة الفترة الزمنية التي يكون فيها الطلب على خدمة النقل في أعلى قمة له وعادة ما تكون الفترات الصباحية والمسائية.

(**) تحدد فترات الركود بالطلب الأدنى على خدمة النقل.

(1) منصور، حمادة. المرجع السابق. ص ص 22-42.

إنّ الطلبَ على خدماتِ السفرِ يتحدّدُ بنفسِ محدّداتِ الطلبِ على المنتَجِ والخدمةِ. ويمكنُ توضيحُ العلاقةِ بينَ أجرِ خدمةِ السفرِ والطلبِ عليها – معَ ثباتِ العواملِ الأخرى - في الشكلِ الموالي:



شكل رقم (9) العلاقة بين أجرة خدمة السفر ووحدات الراكب-كم منقولة

المصدر: منصور، حمادة. مرجع سابق. ص 22.

يفهَمُ منَ الرسمِ أنّ العلاقةَ بينَ أجرِ خدمةِ السفرِ والطلبِ عليها علاقةٌ عكسيةٌ، أي أنّه كلّما ارتفعَ أجرُ الخدمةِ – معَ ثباتِ العواملِ الأخرى- نقُصَ الطلبُ على خدماتِ السفرِ والعكسُ صحيحٌ. لكنّ العلاقةَ ليسَت بهذهِ البساطةِ، فالعواملُ التي تؤثّرُ على كلٍّ منْ أجورِ خدماتِ السفرِ والطلبِ عليها متعدِّدةٌ ومتشابكةٌ. فهذهِ العلاقةُ على درجةٍ كبيرةٍ منَ التعقيدِ. ويقتضي تحليلُ الطلبِ على السفرِ التعرُّفَ على هذهِ العواملِ ومعرفةَ مدى تأثيرها على طلبِ السفرِ. ويمكنُ الوصولُ إلى هذا الهدفِ عن طريقِ دراسةِ مرونةِ الطلبِ السعريةِ وعناصرِ دالّةِ الطلبِ على السفرِ وتشملُ الدخلَ والسكّانَ؛

2-12-1- مرونة الطلب السعرية:

تعتبَر مرونةُ الطلبِ السعريةُ(*) أحدَ عناصرِ تحليلِ الطلبِ على خدماتِ السعرِ، وهي تقيسُ التغيّراتِ النسبيةَ في الكمّيةِ المطلوبةِ منَ الخدمةِ للنقلِ إلى التغيّراتِ النسبيةِ في سعرِها. وترتبطُ مرونةُ الطلبِ السعريةِ بعدّةِ عواملٍ منها الفترةُ الزمنيةُ وطولُ مسافةِ الرحلةِ والتكلفةُ الحقيقيّةُ للرحلةِ ووقتُ السيرِ؛

2-12-2- الفترة الزمنية:

إنّ اتخاذَ قراراتٍ سعريةً جديدةٍ برفعِ أجرِ خدماتِ السفرِ يجبُ أن يكونَ في الفتراتِ الزمنيةِ الصحيحةِ. فإذا كانَت الفترةُ المختارةُ منَ الفتراتِ التضخُّميةِ، وجبَ عملُ تقديرٍ صحيحٍ لآثارِ التضخّمِ وحسابُ التغيّراتِ الحقيقيةِ في أجورِ خدماتِ السفرِ، وذلكَ بإجراءِ الدراساتِ الصحيحةِ للتضخّمِ. وتتغيّرُ ردودُ فعلِ المنتفِعين من خدماتِ السفرِ حسبَ الفتراتِ الزمنيةِ، فتكونُ سريعةً وعنيفةً في الفتراتِ القصيرةِ لأيّ ارتفاعٍ مفاجئٍ في أجورِ خدماتِ السفرِ، وقد تدفعُ ببعضِ الأفرادِ إلى تحويلِ تفضيلاتِهم إلى وسائلِ نقلٍ بديلةٍ. وللتقليلِ من حدّةِ هذهِ الردودِ يجبُ أن ترافِقَ هذهِ التغيّراتِ في أجورِ خدماتِ السفرِ تعديلاتٌ على مستوى الخدمةِ المقدَّمةِ ونوعيتِها؛

2-12-3- التكلفة الحقيقية للرحلة:

تتضمَّنُ التكلفةُ الحقيقيةُ للرحلةِ من وجهةِ نظرِ الراكبِ الأجرَ النقدي الذي يمثِّلُ عددَ الوحداتِ النقديةِ التي يدفعُها الراكبُ مقابلَ الاستفادةِ من خدمةِ النقلِ. والتكلفةُ تنشأ من عواملٍ عديدةٍ بخلافِ النقودِ وتؤثِّرُ في اختيارِ المسافرين بينَ وسائلِ النقلِ البديلةِ. وقد تتساوى

(*) توجد مرونات أخرى إلى جانب هذه المرونة منها مرونة الدخل، مرونة التقاطع، مرونة الخدمة مرتبطة بخصائص الخدمة.

معَ التكلفةِ النقديّةِ وقد تفوقُها. وعليها يتوقّفُ اختيارُ المسافرِ وتفضيلُه، فيختارُ وسيلةَ النقلِ التي تتوافقُ أكثرَ معَ ظروفِه بإجراءِ مقارنةٍ بينَ التكلفةِ النقديةِ للرحلةِ والمنافعِ التي تعودُ عليهِ من قيّامِه بها. ونتيجةُ هذهِ المقارنةِ تحدِّدُ مدى حساسيةِ الراكبِ في أجرِ خدمةِ النقلِ؛

2-12-3-1- مسافة الرحلة:

تكونُ مرونةُ الطلبِ السعريةُ كبيرةً في خدماتِ السفرِ للرحلاتِ القصيرةِ داخلَ المدنِ، وذلكَ لأسبابٍ عديدةٍ منها القدرةُ على إنجازِ الرحلةِ مشياً على الأقدامِ. أمّا في الرحلاتِ الطويلةِ فإنّ مرونةَ الطلبِ السعريةَ صغيرةٌ؛

2-12-3-2- وقت السفر:

تختلفُ مرونةُ الطلبِ السعريةُ حسبَ وقتِ السفرِ، فتنخفضُ وقتَ الذروةِ وترتفعُ وقتَ الركودِ؛

2-12-4- مرونة الطلب السعرية والعوامل الأخرى:

هناكَ عواملُ أخرى غيرَ أجرِ الخدمةِ قد تتغيّرُ مثلَ نوعيةِ الخدمةِ ومستوى الخدمةِ، وتؤدّي إلى تغيّراتٍ جديدةٍ إيجابيةٍ أو سلبيةٍ في الطلبِ على السفرِ. وينبغي أخذُ هذهِ العواملِ بعينِ الاعتبارِ عندَ تحليل مرونةِ الطلبِ على السفرِ السعريةِ وفي مقدِّمتِها التقلّباتُ الاقتصاديةُ مثلَ العمالةِ وحجمِ البطالةِ .. ونسبةِ ملكيةِ السيّاراتِ الخاصّةِ والتركيبِ العُمْري للسكّانِ؛

2-12-4-1- الدخل:

دخلُ المستهلكِ حسبَ نظريّةِ المستهلِك هوَ أحدُ العواملِ التي يَعتمدُ عليها الطلبُ على خدماتِ السفرِ، فيزدادُ بازديادِ الدخلِ أي أنّ العلاقةَ بينَهما طرديّةٌ، ويمكنُ توضيحُها على النحوِ التالي:

$$D = f(I)$$

حيث أنّ D: الطلب أو الإنفاق على السفر

I: الدخل

يوضِّحُ هذا النموذجُ أنّ الدخلَ محدِّدٌ للطلبِ على النقلِ، لكنّه في الواقعِ تتعدّى وظائفُه هذهِ العلاقةَ البسيطةَ ليؤثِّرَ في اختيارِ وسيلةِ السفرِ. فأيُّ وسائلِ السفرِ تستقطِبُ الإنفاقَ كلّما ارتفعَ مستوى الدخلِ؟ وللإجابةِ على هذا السؤالِ أجرِيّت عدّةُ دراساتٍ(*) في البلدانِ المتقدِّمةِ أسفرت عنِ النتائجِ التاليةِ:

- ارتفاعُ مستوى الدخلِ في الولاياتِ المتّحدةِ وبريطانيا وأستراليا أدّى إلى اختيارِ السيّارةِ الفرديةِ كوسيلةِ سفرٍ في الدرجةِ الأولى؛
- ارتفاعُ متوسِّطِ الدخلِ في الاتّحادِ السوفياتي أدّى إلى زيادةِ استعمالِ السككِ الحديديةِ وحافلاتِ النقلِ العُمومي ويرجعُ ذلك لعدمِ تشجيعِه خدماتِ النقلِ الخاصِّ؛

ممّا تقدّمَ يمكنُ القولُ إنّ الدخلَ ليسَ العاملَ الوحيدَ الذي يؤثِّرُ على الأفرادِ في اختيارِ وسيلةِ النقلِ، إذ بإمكانِ الدولةِ توجيهُ الطلبِ على النقلِ نحوَ خدماتِ النقلِ العامِّ فتنخفِضُ خدماتُ النقلِ الخاصِّ؛

2-12-4-2- السكان:

إنّ لعاملِ السكّانِ أهمّيةٌ بالغةٌ في تحديدِ الطلبِ على النقلِ. فعددُ السكّانِ وخصائصُهم والغرضُ منَ الرحلات التي يقومون بها تؤثِّرُ في حجمِ الطلبِ على النقلِ. ولدراسةِ هذا العاملِ كمحدِّدٍ للطلبِ على خدماتِ السفرِ يجبُ التطرّقُ إلى أغراضِ الرحلاتِ وخصائصِ المسافرين؛

(*) مثلا دراسة في بريطانيا عام 1982 وإحصائيات في الولايات المتحدة وأستراليا

2-12-4-2-1- أغراض الرحلات:

إنّ الطلبَ على خدماتِ السفرِ هوَ طلبٌ مشتقٌّ لأغراضٍ مختلفةٍ مثلَ العملِ والدراسةِ والتنزّهِ الخ. ويفيدُ توضيحُ هذهِ الأغراضِ وتصنيفُها في الوقوفِ على فائدتين هما:

- تمييزُ الخدمةِ إلى ضروريةٍ وهنا يكونُ الطلبُ على السفرِ قليلَ المرونةِ لأنّ العمّالَ والطلبةَ مثلاً مرتبطون بمواقيتٍ رسميةٍ لا يجبُ التأخُّر عنها. أمّا إذا كانَ الغرضُ تسوّقًا أو تنزُّهًا أو أعمالاً لا تحكُمُها المواعيدُ الرسميةُ ومنَ الممكنِ تأجيلُها فالطلبُ في هذهِ الحالاتِ يكونُ مرنًا؛
- الكشفُ عن خصائصِ الرحلةِ التي تمثّلُ عواملَ يكونُ لها أفضليةٌ لدى المسافرينَ، منها السعرُ والسرعةُ والتكرارُ والراحةُ الخ. حيثُ يختلفُ ترتيبُ هذهِ الخصائصِ في الأهمّيةِ لدى الراكبِ من رحلةٍ إلى أخرى وحسبَ نوعِ الرحلةِ (قصيرةً أو متوسّطةً أو طويلةً)؛

2-12-4-2-2- خصائص المسافرين:

تدخلُ خصائصُ المسافرين بشكلٍ مباشرٍ في تحديدِ حجمِ الطلبِ على خدماتِ النقلِ. وذلكَ لما لها من أثرٍ قويٍّ في تحديدِ مُيولاتهم واتجاهاتهم، ومن هذهِ الخصائصِ:

- مستوى الدخلِ؛
- نوعُ المهنِ والوظائفِ؛
- المستوياتُ الثقافيةُ والاجتماعيةُ؛
- النشاطاتُ الإنتاجيةُ بالمناطقِ؛
- أثرُ المحاكاةِ والتقليدِ؛

فيفضّلُ العاملُ مثلاً وسيلةَ النقلِ التي تتناسبُ معَ أوقاتِ العملِ، فيستعمِلُ وسيلةَ النقلِ الأكثرَ نظاميةً واعتماديةً؛

يتبيّنُ ممّا تقدّمَ وجودُ عواملٍ ومحدِّداتٍ أخرى للطّلبِ على خدماتِ النقلِ للمسافرين غيرَ سعرِ الخدمة، ومنها مستوى السرعةِ ومسافةُ الرحلةِ وتكاليفُها وخصائصُ المسافرين والمناطقِ.

2-13- تحليل عرض خدمات النقل:

يعرَّفُ عرضُ خدماتِ النقلِ بقدرةِ نظامِ النقلِ(*) على برمجةِ النقلِ لأجلِ الوصولِ إلى توازنٍ بينَ العرضِ والطلبِ.(1)

عرضُ خدمةِ النقلِ هوَ القدرةُ على توفيرِ وسيلةِ النقلِ في المكانِ والزمانِ المطلوبَين قصدَ الاستجابةِ لكميّةِ الطلبِ على خدماتِ النقلِ حسبَ نوعِ النقلِ المطلوبِ والوسيلةِ المعدَّة لذلكَ، ومع ذلكَ فله عدّةُ خصائصٍ عامّةٍ.

2-14- خصائصُ عرض خدمات النقل:

إنّ عرضَ خدماتِ النقلِ للمسافرين يتضمّنُ خصائصَ عديدةً أهمُّها(2):

- اختلافُ تكاليفِ عرضِ خدماتِ النقلِ باختلافِ وسيلةِ النقلِ المستعمَلةِ. فتكاليفُ عرضِ خدماتِ النقلِ للركّاب تتضمّنُ كافّةَ المبالغِ المدفوعةِ من أجلِ الحصولِ على مقعدٍ من محطّةِ الانطلاق إلى محطّةِ الوصولِ؛
- عرضُ خدماتِ النقلِ للمسافرين يتّصفُ بعدمِ القابليّةِ للتخزينِ والتجزئةِ؛
  - عدمُ القابليّة للتخزين: أي اقترانُ إنتاجِ الخدمةِ باستهلاكِها؛
  - عدمُ القابليّة للتجزئة: تقدَّمُ بصورةٍ مستقلّةٍ ومتتابعةٍ، حيثُ يتمُّ عرضُ خدماتِ النقل من نقطةِ الانطلاق إلى نقطةِ الوصول بشكلٍ لا يتجزّأُ؛

(*) يتكون نظام النقل من مجموعة من الأجزاء مترابطة فيما بينها تحتوي على الوسائل والمنشآت القاعدية وتهدف لاحتواء وتلبية جميع الاحتياجات من خدمة النقل.

(1) Wolkowitch, Maurice. Géographie des transports. France, Dunod, 1982. p 298.

(2) محمد أيوب، حمادة. مرجع سابق. ص ص 30-34.

- اختلافُ معدّلات عرضِ خدماتِ النقلِ وفقًا لتبايُنِ وسيلةِ النقلِ على السبقِ في إنجازِ الخدمةِ، وتعرَّفُ هذه الخاصيةُ بالاعتماديةِ. ويرجعُ هذا الاختلافُ إلى اختلافِ طاقةِ النقلِ بالنسبةِ لكلِّ وسيلةٍ ومدى تأثُّرِها بالعواملِ والظروفِ الطبيعيةِ والاقتصاديةِ التي قد تعيقُ انسيابَ حركةِ النقلِ وتدفُّقَها؛
- اختلافُ عرضِ خدماتِ النقلِ من حيثُ معدّلِ تكرارِ الخدمةِ وإنجازِها على الوجهِ الأكملِ. ويقصَدُ بذلكَ اختلافُ وسائلِ النقلِ من حيثُ قدرةِ كلٍّ منها على تكرارِ أداءِ الخدمةِ، ومقدرةِ وسيلةِ النقلِ على تقديمِ خدمةِ النقلِ من نقطةِ بدايةِ الرحلةِ إلى نقطةِ النهايةِ بنفسِها (النقلُ من البابِ إلى البابِ).

يظهَرُ ممّا سبقَ مدى الاختلافِ في عرضِ خدماتِ وسائلِ النقلِ المتعدِّدة على نحوٍ يترتَّبُ عليه تميّزُ كلِّ وسيلةٍ مثلَ إمكانيةِ السرعةِ الهائلةِ والقدرةِ الكاملةِ على تقديمِ خدمةِ النقلِ من البابِ إلى البابِ والتكلُفةِ المنخفِضةِ والقدرةِ على نقلِ أعدادٍ كبيرةٍ من المسافرين. ورغمَ ذلكَ تشترِكُ هذه الوسائلُ في بعضِ خصائصِ تقديمِ خدمةِ النقلِ كعدمِ القابليةِ للتجزئةِ والتخزينِ.

2-15- النقل الحضري الجماعي:

2-15-1- تعريف المدينة:

تُعتبَرُ المدينةُ تشكيلةً منَ المراكزِ والنشاطاتِ المختلفةِ التي يتفاعلُ معَها العنصرُ البشري. فهيَ مركزُ تنشيطٍ لوظائفٍ اقتصاديةٍ واجتماعيةٍ متنوِّعةٍ. وتتواجدُ المدينةُ في كلِّ قارّةٍ وفي كلِّ بلدٍ إلاّ (الانتاركتيكا). لكن لا يوجدُ اتّفـــاقٌ واضحٌ بين البلدان حولَ ماهيّةِ المدينةِ. ففي الولاياتِ المتحدةِ الأمريكيّةِ مثلاً يعَدُّ مدينةً بصفةٍ رسميّةٍ كلُّ تجمُّعٍ سكّاني لا يقلُّ عن خمسين ألفَ نسمةٍ. وفي البرازيلِ لا يُستعمَلُ حجمُ السكّانِ أصلاً لتحديدِ المدنِ، فالمدينةُ هناكَ هي العاصِمةُ، فالتعريفُ البرازيلي للمدينةِ يعتمِدُ على الوظيفةِ السياسيةِ للمنطقةِ.[1] ويمكِنُ القولُ إنّ

(1) دليمي، عبد الحميد. السياسات الحضرية. قسنطينة، منشورات جامعة منتوري، 2004. ص 6.

المدينةَ «تجمُّعاتٌ سكّانيةٌ مستقِرّةٌ وكبيرةٌ، ذاتُ كثافةٍ سكّانيةٍ مرتفِعةٍ وغيرُ متجانسةٍ، وتنتشرُ فيها تأثيراتُ الحياةِ الحضريةِ للمدينةِ، ولا يَعتمِدُ في الغالبِ أفرادُها في رِزقِهم على الزراعةِ، بل يعمَلونَ في التجارةِ والصناعةِ، وتمتازُ بزيادةِ التخصُّصِ وتقسيمِ العملِ وتعدُّدِ الوظائفِ السياسيةِ والاجتماعيةِ فِيها، وقيّامِ الهيئاتِ والمؤسَّساتِ والجماعاتِ والإداراتِ، وتوافُرِ درجةٍ عاليّةٍ منَ التنظيمِ».[1]

إنّ تميُّزَ سكّانِ المدنِ بالاستقرارِ والكثافةِ العاليّةِ نتَجَ عنهُ استعمالاتٌ مختلِفةٌ للأراضي أدّى لتوطينِ مراكزِ تنشيطِ مختلفِ الوظائفِ في أماكنٍ متباعدةٍ يجعلُ تأديةَ هذهِ الوظائفِ مستحيلةً بدونِ حركةِ الناسِ والبضائعِ. لذلكَ نسَجت هذهِ الاستعمالاتُ لنفسِها داخلَ المدينةِ شبكةً منَ الشوارعِ المختلِفةِ لإدامةِ التفاعُلِ فيما بينَها.

2-15-2- أنماط شبكة الشوارع وتصنيفها في المدن:

تشغُلُ شبكةُ الشوارعِ في المدينةِ حيِّزًا كبيرًا، وتربطُها بالمدينةِ علاقاتٌ وظيفيّةٌ حيثُ تخدُمُ استعمالاتِ الأرضِ المحيطةِ بها وتخدُمُ المركباتِ والأفرادِ لأغراضِ الحركةِ والمرورِ. وبتفاعُلِ هذهِ الشبكةِ في المدينةِ نتجَت الصورةُ النهائيّةُ لمظهرِها وشكلِها الخارجيّ. وتأخُذُ الشوارعُ من خلالِ أداءِ وظيفتِها أنماطًا وأشكالاً هيَ انعكاسٌ لوضعِ المدينةِ طبوغرافيًّا وإمكانياتها الماديّةِ وتطوُّرِها التاريخي. ومن أنماطِ شبكةِ شوارعِ المدينةِ[2]:

2-15-2-1- النمط العضوي:

ويُسمّى أيضًا بالنمطِ غيرِ المنتظِمِ ذي الشوارعِ الملتويّةِ. وتختلفُ الشوارعُ في هذا النمطِ من حيثُ اتساعِها واتجاهاتها، فبعضُ أزقّتِها ملتويّةٌ غيرُ سالكةٍ. إلا أنّ تفاعُلَ هذا النمطَ لا

---

(1) أحمد رشوان، حسين، عبد الحميد. مشكلات المدينة. مصر، المكتب العربي الحديث، 2002. ص 11.
(2) علي، زيـن العابدين. مبادئ تخطيط النقـل الحضري. الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000. ص ص 51-56.

يحصُلُ معَ مظاهرِ التطوّرِ الفني والتقني كدُخولِ السياراتِ مثلاً، وذلكَ لصِغرِ مساحةِ هذهِ الشوارعِ وتشوُّهِ أشكالِها. ولذلكَ تعرّضَت شبكةُ الشوارعِ لهذَا النمطِ في مراكزِ المدنِ إلى عمليّاتِ الهدمِ والتوسيعِ لتوّاكِبَ التطوّراتِ الحديثةَ في مجالِ حركةِ المرورِ؛

2-15-2-2- النمط الشعاعي:

يظهرُ هذَا النمطُ على شكلِ حزمةٍ منَ الشوارعِ الرئيسيةِ تشعُّ من مركزِ المدينةِ إلى خارجِها ولمختلفِ الأجزاءِ التابعةِ لها، وترتبطُ مع بعضِها البعْضِ بشوارعَ مستقيمةٍ أو منحنيّةٍ، ويفيدُ هذا النمَطُ في تقليلِ المسافةِ بينَ الأحياءِ الواقِعةِ في نهايَاتِ الحزَمِ وبينَ مركزِ المدينةِ، ويضمَنُ زيّادةَ سُرعةِ السيرِ والحركةِ بينَ أقسامِ المدينةِ وأطرافِها؛

2-15-2-3- النمط الشبكي:

يتكوَّنُ هذا النمطُ من شبكةٍ منَ الشوارعِ المتوازيّةِ والعموديّةِ بشكلٍ منتظمٍ معَ بعضِها بزوايَا قائمةٍ تقريبًا، وتكونُ قريبةً معَ بعضِها وبمسافاتٍ متناسِبةٍ ومتساويّةٍ تقريبًا، وتتّخِذُ أشكالاً متوازيّةَ الأضلاعِ. ولهذا النمطِ عدّةُ مزايا مِنها أنّه يضمَنُ استقامةَ الشوارعِ الرئيسيّةِ ووَاجهاتِ المباني ويسهِّلُ حركةَ النقلِ ويجعَلُ خارطةَ شوارعِ المدينةِ أكثرَ وُضوحًا لسائقِي المركباتِ. لكن يُعابُ عليهِ كثرةُ الحوادثِ عندَ التقاطعاتِ الرباعيّةِ، وهو غيرُ ملائِمٍ في المناطقِ الحارّةِ لاستقامةِ الشوارعِ وتعرُّضِ المشاةِ للحرارةِ والريّاحِ الشديدةِ.

2-15-3- تصنيف شبكة شوارع المدينة:

تتعدّدُ أصنافُ الشوارعِ في المدينةِ تبعًا لتنوُّعِ الاستعمالاتِ والفعاليّاتِ المختلفةِ للأرضِ الحضريّةِ. وهذا ما دفعَ بالمخطِّطينَ إلى وضعِ تصنيفاتٍ مختلفةٍ لشبكةِ شوارعِ المدينةِ، بُغيةَ تنظيمِ العلاقةِ بينَ النقلِ واستعمالاتِ الأرضِ المختلفةِ. وأهمُّ هذهِ التصنيفاتِ هي[1]:

(1) علي، زيـن العابدين. المرجع السابق. ص ص 56-61.

2-15-3-1- التصنيف حسب معياري المرتبة والسعة:

ويتضمّنُ هذا التصنيفُ أنواعًا عديدةً منَ الشوارعِ منها شوارعٌ حرّةٌ وشوارعٌ سريعةٌ وشوارعٌ شريانيّةٌ وشوارعٌ مجمِّعةٌ وشوارعٌ محلّيةٌ. ويمكِنُ توضيحُ مجمَلِ هذهِ الشوارعِ معَ بعضِ خصائصِها في الجدولِ الموالي:

جدول رقم (6) تصنيف شبكة شوارع المدينة حسب معياري السعة والمرتبة

المواصفات	شوارع حرّة	شوارع سريعة	شوارع شريانية	شوارع مجمّعة	شوارع محلية
الطاقة التصميمية للسرعة	120 كلم/سا	120 كلم/سا	120 كلم/سا	120 كلم/سا	120 كلم/سا
السرعة العملية	140-80 كلم/سا	80-60 كلم/سا	60-40 كلم/سا	50-30 كلم/سا	30-20 كلم/سا
استيعابه من المركبات مركبة-سرعة	-1800 2000	-1000 1400	-800 1200	900-600	700-500
عددُ خطوطِ الشوارعِ الرئيسيةِ وبضمنه خطوطُ توقّفِ المركَباتِ	8-4	8-4	6-2	4-2	2-1

المصدر: علي، زين العابدين. مرجع سابق. ص 57.

يتّضِحُ منَ الجدولِ أعلاهُ أنّ:

- **الشوارعَ الحرّةَ:** تصمَّمُ بمقاييسٍ كبيرةٍ لتحقيقِ سرعةٍ عاليةٍ ولمسافاتٍ طويلةٍ وتضمنُ رحلاتٍ دوليةً وإقليميةً وحضريةً؛
- **الشوارعَ السريعةَ:** تُعنَى بخدمةِ حجمٍ أكبرَ وبسرعةٍ عاليةٍ لكنّها أقلُّ منَ الأولى وتخدمُ رحلاتٍ إقليميةً وحضريةً ولمسافاتٍ طويلةٍ؛

- **الشوارعَ الشريانيةَ:** صمِّمَت لاستيعابِ حجمٍ أكبرَ منَ الرحلاتِ الحضريةِ وتقديمِ التسهيلاتِ المناسبةِ وهي تخدمُ المدينةَ وضَواحيها المجاورةِ؛
- **الشوارعَ المحلّيةَ:** تعنى بالرحَلاتِ الحضريةِ قصيرةِ المسافةِ وتحقِّقُ سهولةَ الوصولِ إلى كافّةِ أرجاءِ المدينةِ والمناطقِ المجاورةِ لَها؛

2-3-15-2- التصنيف المورفولوجي:

يعتمِدُ هذا التصنيفُ على سعةِ الشارعِ وعددِ ممرّاتِه واتّجاهاتِه ونوعِ المرورِ وحجمِه ويتضمّنُ الأنواعَ التاليةَ:

الشوارع السريعة: تتيحُ حركةَ مرورٍ عاليةٍ وتربطُ المدينةَ وقِطاعَاتها المختلِفةِ بشبكةِ الطّرقُ الخارجيةِ، وتخلُو منَ التقاطُعاتِ المروريةِ والإشاراتِ الضوئيّةِ ويمكِنُها أن تستوعبَ أكثرَ من ستين ألفَ مركبةٍ في الساعةِ؛

الشوارع الرئيسية: تربطُ قطاعاتِ المدينةِ معَ بعضِها ومعَ الطرق الخارجيةِ ولها وظيفتان خدمةُ المرورِ والأرضِ المحيطةِ بها. وتكونُ سرعةُ المركباتِ فيها أقلَّ، وتمثِّلُ مكانًا مهمًّا للوظيفةِ التجاريةِ والخدماتِ العامّةِ والسكنِ؛

الشوارع المجمّعة: يعملُ هذَا النوعُ منَ الشوارعِ على تجميعِ المرورِ قبلَ أن يصلَ حجمُه إلى درجةٍ منَ التكديسِ ثمّ ينقلُه إلى شوارعِ المرورِ الرئيسيّةِ. وهذَا النوعُ مخصَّصٌ لخدمةِ قطاعاتِ المدينةِ وأحيائِها السكنيةِ لأنّه أكثرُ قربًا وأوسعُ اتّصالاً معَها منَ الصنفينِ السابقين. ويحتوي هذَا النوعُ منَ الشوارِعِ في العمومِ على ممرّينِ للمرورِ وممرٍّ للتوقّفِ. ولاَ يقلُّ عرضُ الممرِّ الواحدِ عن ثلاثةِ أمتارٍ ونصفِ المترِ؛

الشوارع المحلّية: تشملُ نهاياتِ شبكةِ الشوارعِ بوصفِها الشبكةَ التوزيعيةَ المجمِّعةَ بينَ المحلاّتِ السكنيةِ وامتدادِها إلى الوَحداتِ السكنيةِ بشكلٍ مباشرٍ. وتتضمَّنُ عدّةَ أشكالٍ منها الحلقيّةُ وذاتُ نهاياتٍ مغلقةٍ ومنها مَا هوَ ضيّقٌ جدّا ويستعمَلُ للمشاةِ فقط. ويصمَّمُ الشارعُ

المحلّي لخدمةِ عددٍ منَ الوحداتِ السكنيةِ التي لا تزيدُ عنُ خمسةٍ وعشرينَ وحدةً سكنيةً؛

2-15-3-3- التصنيف الوظيفي:

تصنَّفُ الشوارعُ في المدينةِ حسبَ الاستعمالاتِ السائدةِ للأرضِ ومنها الأنواعُ التاليةُ:

الشوارع التجارية: عبارةٌ عن مراكزِ جذبٍ قويةٍ لسكّانِ المدينةِ وإقليمِها نظرًا لما تقدِّمُه منَ الخدماتِ الضروريةِ اليوميّةِ والمستمرّةِ. وتعتَبرُ أكثرَ شوارعِ المدينةِ ازدِحَامًا وتتواجدُ على المساحةِ المحيطةِ بها مختلفُ النشاطاتِ التجاريةِ؛

الشوارع السكنية: أُنشِئت هذهِ الشوارعُ لتلائِمَ طبيعةَ العقاراتِ المبنيةِ ومتطلّباتِ السكّانِ وراحتِهم. وترتبطُ هذهِ الشوارعُ بالشوارعِ الأخرَى على اختلافِ أنواعِها وتتكاملُ معَها وهيَ تخدمُ السكناتِ أكثرَ منَ المرورِ؛

الشوارع الترفيهيّة: بعض هذه الشوارعِ مطلّةٌ على الأنهارِ وتخترقُ المناطقَ الخضراءَ وتتعدّدُ فيها الاستعمالاتُ الترفيهيّةُ وتنتشِرُ على واجهتِها أماكنُ الراحةِ والمنتزهاتُ؛

الشوارع الصناعية: تخدمُ المناطقَ الصناعيةَ بصفةٍ أساسيةٍ وتتضمّنُ ثلاثةَ أنواعٍ:

- شوارعَ إقليميةً تحيطُ بالمناطقِ الصناعيةِ وتربطُها ببَاقي المناطقِ المجاورَةِ؛
- شوارعَ محلّيةً تتفرّعُ منَ الطرقِ الإقليميةِ داخلَ المناطقِ الصناعيةِ وتقسِّمُها إلى تجمّعاتٍ؛
- طرقًا فرعيّةً داخليةً تربطُ بينَ الشوارعِ المحليةِ ومناطقِ العُمرانِ والمصانعِ في المدينةِ.

2-15-4- تأثير شوارع المدينة على النقل:

تتميّزُ المدنُ عن بعضِها في عدّةِ خصائصٍ. فشبكةُ الشوارعِ فيها تبعًا لذلكَ مختلِفةٌ ومتنوّعةٌ وذاتُ تأثيرٍ مباشرٍ على النقلِ، فبإمكانها المساهمةُ في تنميةِ هذا القطاعِ كمَا بإمكانها أن تعملَ على انكماشِه ومحدوديّةِ أدائِه إذا كانَت غيرَ مهيّأةٍ بشكلٍ جيّدٍ. ومرونةُ حركةِ المرورِ مرتبطةٌ مباشرةً بحجمِ الطريقِ ونوعيةِ الأرضِ – مستقيمةً أو متموّجةً - وعرضِ الطريقِ ونوعيةِ التبليطِ

واستقامةِ الطريقِ بما في ذلكَ الميلانِ والانحناءاتِ والجسورِ الموجودةِ وعرضِها وعددِ نقاطِ الاختِنَاقِ.[(1)]

كما أنّ شقَّ طرقٍ جديدةٍ وإحداثَ شوارعٍ جديدةٍ يؤدّي إلى تعميرِ المناطقِ الفارغةِ. وهذا يغيِّرُ حجمَ الطلبِ على النقلِ وتوزيعَه. وتلعبُ الشوارعُ دورًا كبيرًا في إحداثِ مشكلةِ النقلِ في المدينةِ حيثُ ولّدَ معدّلُ زيادةِ الطلبِ على النقلِ وزيادةُ عددِ المركباتِ ضغطًا إضافيّا على محاورِ النقلِ في المدنِ التي لم تكن قَد صُمِّمَت لذلكَ لتستوعبَ هذا الكمَّ منَ الحركةِ. فمعظمُ هذهِ الشوارعِ متمركزٌ في وسطِ المدينةِ وقَد شُيِّدَ قديما للمشاةِ والعرباتِ التي تجرُّها الخيولُ فقط. وما زادَ من هذهِ المشكلةِ هوَ تواجُدُ معظمِ المرافقِ الضروريةِ في وسطِ المدينةِ.[(2)] وكثيرا ما تتوقّفُ حركةُ السكّانِ والمركباتِ بتأثيرِ الازدحامِ وحوادثِ المرورِ وهذا يؤدّي إلى ضياعِ الوقتِ والطاقةِ والجهدِ البشَري والمالِ الخ.

كمَا توجدُ أسبابٌ أخرى ساهمَت في تكوينِ هذهِ المشكلةِ منها مرور الأجانب عبرَ المدينةِ وهجرةُ السكانِ إلى المدنِ بحثًا عنِ العملِ والدراسةِ .. وحركةُ السيّاحِ وزيادةُ ملكيةِ السياراتِ الخاصّةِ.[(3)] ويأخُذُ في الوقتِ الحالي مخطِّطُو المدنِ في اعتبارِهم ارتباطَ تدبيرِ وسائلِ النقلِ بالطرقِ التي تتحرّكُ عَليها. ولهذا تسعى المدنُ حاليّا إلى إنشاءِ نمطٍ جديدٍ منَ الشوارعِ تكونُ فيها وسائلُ النقلِ متجانسةً لأنّ تفاوتَها في الحجمِ والسرعةِ يتسبّبُ في تأخيرِ إحداها عنِ الأُخرَى. وقَد تتضمّنُ هذهِ الشوارعُ أنفاقًا تحتَ الأرضِ أو فوقَها في طرقٍ علويةٍ.

---

(1) خليل، ناجح، محمد. (تحرير) نظرة إلى الطرق البرية في المشرق العربي. لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 1982. ص ص 16-17.

(2) Maudet. (ed) Pourquoi une politique globale de transports dans les villes moyennes. France. C.e.t.e. de Bordeaux, 1975. pp 1-2.

(3) Lerat, Serge. Les transports dans le monde. France, Bréal, 1984. pp 233-225.

2-15-5- الحركة الحضرية:

تعبِّرُ الحركةُ عن مجموعةٍ من تنقّلاتِ الأفرادِ لمختلفِ الأسبابِ وتَسمحُ لهم بتلبيةِ حاجَاتهم من عملٍ ودراسةٍ الخ. ويُقصَدُ بالحركةِ الحضريةِ مجموعةُ هذهِ التنقّلاتِ في المحيطِ الحضَري. كما تُعرَّفُ الحركةُ الحضريةُ بمجمُوعةٍ من خصائصِها تتمثّلُ في وسيلةِ الحركةِ المستعمَلةِ ونقطةِ انطلاقِ الحركةِ ومسافةِ الحركةِ ووقتِها وسببِها.(1) وقد تتمُّ الحركةُ الحضريةُ اعتمادا على عدّةِ وسائلٍ في آنٍ واحدٍ كالمَشيِ على الأقدامِ إلى محطّةِ النقل ثمَّ التنقّلِ بواسطةِ السيارةِ أوِ الحافلةِ وهكذا. يحملُ المحيطُ الحضري معنى إدَاريا يختلِفُ بحسبِ الحدودِ الإداريةِ لمجالِ الدراسةِ. ويحدِّدُ مجالَ المحيطِ الحضَري رئيسُ المجلسِ الشعبي البلدي إذَا كانَ محصورًا في الحدودِ الإقليميّةِ للبلديةِ المعنيةِ، والوالي إذا كانَ يشتملُ على ترابِ عدّةِ بلديّاتٍ متجاورةٍ من نفسِ الولايةِ. أمّا إذا كانَ المحيطُ الحضري يحتَوي على أماكنَ لبلديّاتٍ متجاورةٍ تنتمي لعدّةِ ولاياتٍ فيُحدَّدُ تبعا للولاّةِ المعنيِّين والوزيرِ المكلَّفِ بالنقلِ والوزيرِ المكلَّفِ بالجماعاتِ المحلّيةِ والوزيرِ المكلَّفِ بالسكنِ والعمرانِ.(2) فالحركةُ الحضريةُ مرتبطةٌ على العمومِ بالحركةِ الاقتصاديةِ والاجتماعيةِ لكلِّ منطقةٍ.

2-15-6- تعريف النقل الحضري الجماعي للمسافرين:

النقلُ الحضري الجمَاعي للمسافرينَ نشاطٌ للخدماتِ ينتِجُ منفعةً في الزمانِ والمكانِ بواسطةِ شخصٍ طبيعي أو معنَوي يضمنُ التحوّلَ الفيزيائي للأشخاصِ والبضائعِ في مجالِ المحيطِ الحضَري على متنِ مركبةٍ معَدّةٍ لهذَا الغرضِ ولمسافةٍ مقبولةٍ. وتشملُ خدماتُ النقلِ الحضري للمسافرين كمَا جاءَ في المادّةِ خمسةٍ وعشرينَ من القانونِ رقم 87-09 على ما يَلي(3):

---

(1) Merlin, Pierre. Op. cit . pp 84-86.

(2) الجريدة الرسمية الجزائرية «قانون رقم 13/01 يتضمن توجيه النقل البري تنظيمه». الجزائر، 2001، 29. ص 6.

(3) الجريدة الرسمية الجزائرية «قانون رقم 17/88 يتضمن توجيه النقل البري تنظيمه». الجزائر، 1988، 25. ص 785.

- الخدماتِ المنتظمةَ للنقلِ الحضَري عبرَ الطرقِ في المحيطِ العُمراني للبلديّاتِ؛
- خدماتٍ لنقلِ المسافرينَ بالسكّةِ الحديديةِ داخلَ المدنِ وضوَاحيها المباشرةِ؛
- خدماتِ النقلِ داخلَ المدنِ وضواحيها المباشرةِ وكذَا مهمَّةَ النقلِ من مقرِّ السكنِ إلى مقرِّ العملِ التي تؤدِّيها مؤسّساتٌ داخلَ تجمّعاتٍ سكنيةٍ ضخمةٍ؛
- النقلِ النوعي داخلَ المدنِ؛

كمَا يرمي النقلُ الحضري الجماعي للمسافرينَ إلى تحقيقِ أهدافِ التنميةِ المستدامةِ(*)، ومنها أساسًا أن يكونَ هذَا النقلُ في متناولِ عامّةِ الناسِ وغيرَ مكلِفٍ وبسيطًا يسهِّلُ أعمالَ الصيانةِ لوسائلِه وهياكلِه ومتّصفا بالديمومةِ يمكِنُ استعمالُه لفترةٍ طويلةٍ وذاتيَّ التمويلِ يغطّي تكاليفَه بمواردِه الخارجيةِ وعادلاً لجميعِ أفرادِ المجتمعِ كافّةُ الحظوظِ في خدماتِه ومحافِظًا على سلامةِ المحيطِ والمواردِ غيرِ المتجدِّدةِ ومقبولاً اجتماعيا.(1)

2-15-7- ملكية النقل الحضري الجماعي للمسافرين:

تعَدُّ خدماتُ النقلِ الحضري الجماعي للمسافرينَ خدماتٍ عموميةً متوفّرةً في المجالِ الحضري تقدَّمُ بسعرٍ معقولٍ ومناسبٍ لعمومِ المستعمِلين وتتّصفُ باستمراريّتِها وانتظامها معَ الوقتِ واستغلالِها الكاملِ للخطوطِ الممنوحةِ وقابليّتِها للتكيّفِ معَ متطلّباتِ الزبائنِ واحتياجَاتهم.(2) وهنا تبرزُ أهمّيةُ هذا النوعِ منَ النقلِ على جميعِ الأصعدةِ الاقتصاديةِ والاجتماعيةِ الخ. وتراوحَت ملكيتُه بينَ الملكيةِ العامّةِ للدولةِ والملكيةِ الخاصّةِ للمتعاملينَ الاقتصاديينَ. فتظهرُ الملكيةُ العامّةُ خصوصا في الدولِ التي تتبنّى النظامَ الاشتراكي حيثُ تكونُ كلُّ وحداتِ الأعمالِ الخاصّةِ بقطاعِ النقلِ الحضَري مملوكةً ومسيَّرةً من طرفِ الدولةِ أو مسيَّرةً

(*) تشير التنمية المستديمة إلى أن الموارد الطبيعية المتاحة لنا الآن، ليست ملكا لنا وحدنا فقد تركها لنا الآباء والأجداد وتقع علينا مسؤولية تركها لأولادنا وأحفادنا في حالة جيدة وإذا لم نستطع أن نحسن استخلافها فلا يجب أن نتسبب في تدهورها وتدميرها.

(1) Godard, Xavier. Les transports dans les villes du sud. France, Karthala, 1994. pp 8-9.

(2) Godard, Xavier et Teurnier, pierre. Les transports urbains en Afrique à l'heure de l'ajustement. France, Karthala et inrets, 1992. p 111.

جزئيا من طرفِ الخواصِّ. وتقدِّمُ هذهِ الوحداتُ خدماتِ النقلِ بواسطةِ الأسعارِ الإدارية.[1] أمّا في الدولِ الرأسماليةِ والدولِ الاشتراكيةِ التي شهدت الانفتاحَ على السوقِ الحرّةِ فتميّزت الملكيةُ بدخولِ متعاملينَ خواصٍّ يملكون مؤسَّساتِ النقلِ ويسيِّرونَها ويقدِّمونَ الخدماتِ النقلِ بأسعارِ السوقِ. وقَد شهدَ دخولُهم منافسةً شديدةً زادَ من متاعبِ مؤسّساتِ القطاعِ العامّ. وأصبحَ بإمكانِ المتنقِّلِ – المستقلُّ لمركباتِ النقلِ - المفاضلةُ بينَ الناقلينَ وبينَ الوسائلِ المتاحةِ المختلفةِ في ظلِّ سيّادةِ اقتصادِ السوقِ. لكنّ ذلكَ لم يمنَع من ظهورِ ممارساتٍ وسلوكاتٍ كثيرةٍ انعكسَت سلبًا على نوعيّةِ الخدمةِ المقدَّمةِ ومستواها.

2-15-8- أنواع النقل في المجال الحضري:

دفعَت الحاجةُ إلى التنقّلاتِ الأفرادَ إلى استحداثِ طرقٍ عديدةٍ للنقلِ منها الفرديةُ والجماعيةُ وذاتُ المواقفِ الخاصّةِ ونصفُ الجماعيةِ والنقلُ غيرُ الرسمي، ويمكِنُ توضيحُ ذلكَ بشيءٍ منَ الإيجازِ فيمَا يلي:

2-15-8-1- المشي على الأقدام:

يعتَبَرُ نوعًا طبيعيًّا تقليديا لا يتطلّبُ مساعدةً ميكانيكيةً يتميّزُ بالمحدوديةِ من حيثُ المسافةِ المقطوعةِ لأنّه يتطلّبُ كمّيةً معتبَرةً منَ الطاقةِ الجسديةِ.[2] ويُلائمُ هذا النوعُ منَ التنقّلِ الشوارعَ الضيّقةَ والمدنَ ذاتِ الازدحامِ الكبيرِ ولهُ فوائدٌ عديدةٌ لصحّةِ الإنسانِ والبيئةِ.

2-15-8-2- النقل بواسطة عجلتين:

يمثِّلُ هذا النوعُ قسمًا مهمًّا في التنقّلاتِ داخلَ المدينةِ خاصّةً في البلدانِ التي تشهدُ كثافةً

---

(1) الموسوي، ضياء، مجيد. الخوصصة والتصحيحات الهيكلية. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2001. ص 9.

(2) Godard, Xavier. Mobilité et transports dans les villes en développement. France, l’Harmattan, 1992. pp 23-24.

سكانيةً عاليّةً.(*) ويساهمُ في تقليلِ الازدحاماتِ والمواقفِ وهوَ اقتِصاديٌّ في الطاقةِ ويحافظُ على البيئةِ.

2-15-8-3- النقل بواسطة السيّارة:

تمثِّلُ السيّارةُ الفرديةُ وسيلةَ نقلٍ جيّدةٍ من حيثُ الراحةِ والأمنِ واختصارِ الوقتِ وتوفيرِ خدمةِ النقلِ منَ البابِ إلى البابِ، وتعبِّرُ عن الحرّيةِ الفرديةِ[1] لكنّها نموذجٌ مسرِفٌ لاستخدامِ الفضاءِ والأرضِ وتَلوُّثِ المحيطِ والبيئةِ ومشاكلِ المُرورِ.

2-15-8-4- النقل الجماعي الحضري:

ظهرَ هذا النقل في القديمِ على شكلِ عربةٍ بأربعِ عجلاتٍ تتَّسعُ لأربعةَ عشرَ شخصا وتجرُّها ثلاثةُ أحصنةٍ. وتطوَّرَ فأصبحَ يتضمَّنُ عدَّةَ أنواعٍ. وتُعتبَر الحافلةُ على اختلافِ أنواعِها (صغيرةً أو متوسِّطةً أو كبيرةً)[2] أكثرَ الوسائلِ الجماعيّةِ استعمالا في النقلِ الحضري نظرا لتكلُفتِها المناسبةِ واقتصادها في الطاقةِ رغمَ تلويثِها.

2-15-8-5- النقل الحضري الجماعي للمسافرين في المواقع الخاصّة:

يميِّزُ هذا النوعُ من النقلِ تقريبا التكتُّلاتِ السكَّانيةَ الكبيرةَ في البلدانِ الكبيرةِ، وأهمُّ أنواعِه[3]:

القطار الكهربائي تحت الأرض (الميترو): يتميَّزُ هذا النوعُ من النقلِ بكونِ ممرَّاتِه تحتَ الأرضِ بسببِ ثقَلِ تجهيزاتِه وغلاءِ تكاليفِه الاستثماريَّةِ. ويزيدُ طول شبكتِه عن عشراتِ

(*) مثل الصين

(1) F, Webster et autre. Evolution des déplacements urbains. France, 1985. pp 29-33.

(2) الباني، عبد الرحيم. «أنماط النقل بالحافلات ومعايير الأداء». مجلة النقل والمواصلات، رياض، 2001، 35. ص ص 44-47.

(3) Guyon, Gérard. Transport collectif urbain de voyageurs. France. CELSE, 2000. pp 14-22.

الكيلومتراتِ. وهو ضروريٌّ للمناطقِ الحضريةِ التي يفوقُ سكَّانُها المليونَ نسمةً، ويساهِمُ بفعاليَّةٍ في التخفيفِ من مشاكلِ المرورِ ويتميّزُ أيضا بسرعتهِ التجاريّةِ العاليَّةِ؛

الحافلة الكهربائية أو الميترو الخفيف (Tramway): هو نموذجٌ حديثٌ محدودٌ بخطِّ سَيرٍ معيَّنٍ لسكَّةٍ حديديَّةٍ داخلَ المدينةِ. لا يحدِثُ ضوضاءَ وغيُر ملوِّثٍ للجوِّ وأقلُّ استهلاكا للطاقةِ؛

النقل نصف الجماعي الحضري للمسافرين (سيّارة الأجرة): تندرِجُ سيارةُ الأجرةِ ضمنَ وسائلِ النقلِ نصفِ الجماعي. وهيَ أقربُ إلى السيَّارةِ الفرديّةِ وعادةً ما يُنقَلُ فيها شخصٌ واحدٌ أو عدّةُ أشخاصٍ لهم وِجهةٌ واحدةٌ ويتضمَّنُ هذا النوعُ من النقلِ نوعين: سيارةَ أجرةٍ فرديّةٍ مزوَّدةٍ بعدَّادٍ أو حاسِبِ الأجرةِ وسيارةَ الأجرةِ الجماعيّةِ وتعملُ وسطَ التكتُّلاتِ السكَّانيةِ بتعريفةٍ محدَّدةٍ؛

2-15-8-6- النقل غير الرسمي:

يشبهُ هذا النوعُ النقلَ نصفَ الجماعي إلى حدٍّ كبيرٍ، لكنَّه يتميّزُ بأنّهُ يعملُ بطريقةٍ غيرِ شرعيةٍ إذ ليسَ له رُخصةُ العملِ(*) من الإدارةِ المسؤولةِ. ويوجدُ بصفةٍ جليّةٍ في البلدانِ النّاميةِ، ولا يتضمّنُ خطَّ سيرٍ معيَّنٍ وليسَ آمِنا ولا مؤمَّنًا وليسَ لهُ محطّةُ توقُّفٍ معيّنةٍ.

2-15-9- آثار النقل الحضري الجماعي:

للنقلِ الحضرِي الجماعي للمسافرينَ آثارٌ عديدةٌ على كافّةِ المجالاتِ اقتصاديةً كانَت أو اجتماعيةً أو عمرانيةً أو حتى بيئيةً. ويمكِنُ توضيحُ ذلكَ في النقاطِ التاليةِ:

2-15-9-1- البيئة:

برزَ تأثيرُ النقلِ على البيئةِ في الستّيناتِ من القرنِ العشرينَ الميلادي مهدِّدا سلامتَها وأمنَها.

(*) وتعني الرخصة التصريح القانوني بمزاولة مهنة نقل الأشخاص.

ولعملياتِ النقلِ في العمومِ ضجيجٌ وتأثيراتٌ ضارّةٌ على الهواءِ والماءِ الخ. يمكِنُ توضيحُ ذلكَ في النقاطِ التاليةِ:

- تلوُّثُ الهواءِ يعودُ في الأساسِ إلى الإفرازاتِ التي تنبعثُ من عوادمِ المركَباتِ وخاصّةً السياراتِ ويسبِّبُ التعرُّضُ المستمرُّ لها ظهورَ مختلفِ الأمراضِ كالحساسيّةِ. وتوجدُ اقتراحاتٌ عديدةٌ لتخفيضِ نسبةِ هذا التلوُّثِ بتوفيرِ وقودٍ أكثرَ صحةً ونظافةً وإنتاجِ سياراتٍ كهربائيةٍ وتنظيمِ حركةِ المرورِ خاصّةً في الأماكنِ عاليةِ التلوُّثِ.(1)
- تلوُّثُ المياهِ لا يساهمُ النقلُ الحضري كثيرا فيهِ. فالمخلَّفاتُ الخارجةُ من ورشاتِ السياراتِ والقاطِراتِ والحافلاتِ ومرافِقِ صيانتِها مثلَ زيوتِ التشحيمِ المستهلَكةِ الخ؛
- الضوضاءُ إحدى النتائجِ المؤذيّةِ التي تصاحِبُ عمليةَ النقلِ وتسبِّبُ على الخصوصِ أضرارًا بالأعضاءِ السّمعيةِ في الأذنِ. وتنقسمُ إلى داخليّةٍ تؤثِّرُ على الركّابِ والعاملين، وخارجيةٍ تؤثِّرُ على المناطقِ المجاورةِ؛

2-15-9-2- العمران:

يؤثِّرُ النقلُ على المناطقِ الحضريّةِ فيؤدّي إلى ارتفاعِ أسعارِ العقاراتِ. كما يعتبَرُ عاملا أساسيا في تعميرِ أراضي جديدةٍ ويساهِمُ في التنميّةِ داخلَ المناطقِ العمرانيةِ؛

2-15-9-3- المجتمع:

آثارُ النقلِ على المجتمعِ كثيرةٌ وأوضحُها تلكَ التي تشمُل فوائدَ القدرةِ على الحركةِ وسهولةِ الوصولِ للأشخاصِ والمركباتِ. لكنّ دخولَ طريقٍ جديدةٍ إلى منطقةٍ عمرانيةٍ قد يكونُ أمرًا مزعجًا رغمَ ما له من فوائدٍ في فكِّ العزلةِ عنها، وذلكَ لأنّهُ يفرضُ نزعَ مِلكيّةِ الأرضِ والمباني القائمةِ في مسارِهِ، وقد يتسبَّبُ في إزالةِ بعضِ الحدائقِ وملاعبِ

(1)Escourrou, Gisèle. Transports contraintes climatiques et pollutions. France, Sedes, 1996. pp 133-153.

الأطفالِ، ويشوِّهُ جمالَ بعضَ أجزاءِ المدينةِ وقد يكونُ عائقًا للتنقُّلِ بين الأحياءِ وقد يُصبحُ سببا للتلوُّثِ البصري.[1]

2-15-9-4- التجارةُ والصناعةُ:

لا تتمّانُ في غيابِ النقلِ لأنّهُ المحرِّكُ الأساسي لهما. ويَظهرُ النقلُ الحضرِي الجماعِيُّ للأشخاصِ كضرورةٍ مُلحَّةٍ لتغطيةِ العجزِ عن طريقِ أساليبٍ مختلفةٍ كنقلِ العمّالِ. وإذا كانَ نظامُ النقلِ سيئًا فإنّهُ يساهمُ في انكماشِ التجارةِ والصناعةِ ورُكودِهما.[2]

2-16- الخدمة في النقل:

إنَّ استعمالَ وسائلِ النقلِ العديدةِ مرتبطٌ بمستوَى ونوعيَّةِ الخدمةِ المطلوبةِ. هذه الخواصُّ متداخلَةٌ مع بعضهَا وتُكوِّنُ ما يسمَّى بمنفعةِ واسطةِ النقلِ.

2-16-1- تعريف الخدمة في النقل:

وردَ تعريفُ خدماتِ النقلِ في صوَّرٍ عديدةٍ وحسبَ الدراساتِ العلميّةِ التّي تطرّقت لذلكَ. ومنَ الصعبِ الإلمامُ بتعريفٍ يحوي كاملَ هذه المجالاتِ، فقد عُرِّفت خدماتُ النقلِ بأنّها تلكَ الخدماتُ التّي تُعنَى بتنقُّلاتِ الأشخاصِ والبضائعِ بشروطٍ مقبولةٍ من حيثُ النوعيةِ والسّعرِ والتكاليفِ لكافّةِ الأفرادِ.[3] وتتضمّنُ استمراريةَ الخدمةِ وانتظامَها في الوقتِ والعدالةَ في تقديمِها لكافّةِ الأفرادِ والاستغلالَ التامَّ لكافَّةِ الخطوطِ الممنوحةِ للمستعمِلِ والمرونَةَ وقابليّةَ تلبيةِ الاحتياجاتِ.

كمَا عُرِّفت خدماتُ النقلِ على أنّها تلكَ الخدماتُ العموميّةُ التي تتضمّنُ مجموعةً من

---

(1) هاي، وليام و. مقدمة في هندسة النقل. (ترجمة)، القاضي، سعد والنتير، أنيس. المملكة العربية السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1999. ص ص 354-361.

(2) المقدادي، عادل. مرجع سابق. ص12.

(3)Godard, Xavier et Teurnier Pierre. Op. cit. p 111.

الوظائفِ المفروضةِ من طرفِ الدولةِ بهدفِ تنظيمِ نقلِ الأشخاصِ وترقيته.[1] ويقصَدُ الوظائفُ المفروضةُ من الدولةِ إنشاءُ وتسييرُ التجهيزاتِ المستعمَلةِ للنقلِ وتنظيمِ أنشطةِ النقلِ وتطويرُ البحثِ والدراساتِ الإحصائيّةِ لتنظيمِ الخدماتِ العموميةِ، مع اعتمادِ الخواصِّ لتسييرِ مؤسّساتِ النقلِ الخاصِّ، وهذا مضمونٌ من قِبلِ الدولةِ.

منَ التعاريفِ السابقةِ يتَّضحُ أنّ قطاعَ النقلِ يقدِّمُ خدماتٍ عموميةً لجميعِ أفرادِ المجتمعِ بدونِ استثناءٍ. ويرمي إلى رفعِ المستوى المعيشي والاقتصادي للأفرادِ ومساعدتِهم في استثمارِ أوقاتِهم وقضاءِ حوائجِهم بأحسنِ الكيفيّاتِ للوصولِ إلى أقصى درجاتِ الإشباعِ لرغباتِهم.

2-16-2- تعريف نوعية خدمات النقل:

إنّ النوعيةَ مفهومٌ عامٌّ يطبَّقُ على الخدماتِ والمنتَجاتِ. وهي مقياسٌ لتقييمِ مدى ملاءَمتِها لإشباعِ احتياجاتِ الأفرادِ. فنوعيّةُ خدماتِ النقلِ للمسافرين (الأشخاص) تتبلورُ حولَ ما يَرتكِزُ عليه إنتاجُ خدماتِ النقلِ، وتضمُّ الجانبَ التقنيَّ للمركبةِ وجانبَ التنظيمِ في التسييرِ من أجلِ ضمانِ الفعاليّةِ في أداءِ الوظيفةِ في الواقعِ.[2]

وتعرَّفُ نوعيةُ الخدمةِ في النقلِ بأنها تلكَ الإجراءاتُ والمعاييرُ الواجبُ توفُّرها في خدمةِ النقلِ لإشباعِ احتياجاتِ الركّابِ ورغباتِهم بأكبرِ قدرٍ ممكنٍ معَ مراعاةِ قيودِ البيئةِ والمحيطِ.

فمن التعاريفِ السابقةِ ترتكزُ نوعيّةُ الخدمةِ في النقلِ على عدّةِ معاييرٍ منها السلامةُ والاعتماديةُ والسعرُ والتأثيرُ على البيئةِ واستعمالُ الطاقةِ الخ.

---

(1)Duthion, Brice. Transport collectif inter urbain de voyageurs. France, CELSE, 2000. p 20.

(2) Boubakour, Farès. Surcapacité et sous utilisation des moyens dans le transport routier de marchandise : Le cas de l'Algérie. Thèse de doctorat. France, Université d'Aix-Marseille II, 1990. p 154.

2-16-3- عناصر تشغيل خدمات النقل:

يتضمّنُ هذا العنصرُ الخواصَّ التي تتعلّقُ بطريقةِ استعمالِ وسائلِ النقلِ وتشغيلِها. وترتبطُ هذه الخواصُّ بمستوى الخدمةِ المطلوبةِ ونوعيّتِها لغرضِ إنتاجِ منفعةِ النقلِ.

2-16-3-1- عناصر (عوامل) مستوى الخدمة:

يقصَدُ بمستَوى الخدمةِ «كمّيّةُ النقلِ اللازمةِ لتغطيةِ الطلبِ المعيّنِ».[1] ويعني ذلكَ أنّ مستوى الخدمةِ هوُ نوعيةُ الخدمةِ كمَا يفهمُها مستعملُ الطريقِ، وترتبطُ بحجمِ المرورِ ويتضمّنُ مستوى الخدمةِ في النقلِ المعاييرَ التاليةَ:

السعة: يقصَدُ بالسعةِ في ميدانِ النقلِ قدرةُ نظامِ النقلِ على استيعابِ حجمٍ معيَّنٍ منَ الطلبِ عليهِ. وتُقاسُ بكمّيةِ المنتَجاتِ وعددِ المسافرينَ الذين يمكِنُ نقلُهم خلالَ مدّةٍ معيَّنةٍ بينَ مكانين بواسطةِ وسيلةِ نقلٍ معيَّنةٍ. وتتضمّنُ السعةُ في مستوى خدمةِ النقلِ العناصرَ التاليةَ:

سعة المركبة: تعتمِدُ على عدّةِ عواملٍ تشملُ أبعادَ المركبةِ وقوّةَ العجلاتِ وقوّةَ الدفعِ (بمعنى إمكانيّةَ المركبةِ للحمولةِ)؛

عدد المركبات: ويتضمّنُ طرقا عمليةً لتقديرِ كمّيةِ الطلب من أجلِ الحصولِ على العددِ المثالي للمركباتِ المطلوبةِ حتى لا يكونَ هناكَ فائضٌ ولا نقصٌ في عرضِ الخدماتِ المقدَّمةِ.[2]

سعة المسار: يمثّلُ الحدَّ الأقصى لعددِ المركباتِ التي تمرُّ على نقطةٍ معيَّنةٍ في اتجاهٍ واحدٍ وذلكَ خلالَ فترةٍ زمنيّةٍ معيَّنةٍ. ويمكِنُ التعبيرُ بثلاثةِ مُصطلَحاتٍ على سعةِ المسارِ وهيَ السعةُ الأوّليةُ والسعةُ المحتمَلةُ والسعة التصميميّةُ.[3]

(1) هاي، وليام و. مرجع سابق. ص 313.
(2) المرجع نفسه. ص ص 267-277.
(3) عبد الواحد، عبد الحميد. مقدمة في تخطيط النقل الحضري. قطر، مطابع مؤسسة العهد،1986. ص ص25-29.

سهولة الوصول والتكرار:

سهولة الوصول: تعتمِدُ سهولةُ الوصولِ لمركباتِ النقلِ على موقعِ المسارِ وتصميمِ شبكةِ الطرقِ ومرونةِ وسيلةِ النقلِ المعيَّنةِ وشبكةِ الطرقِ وحجمِ الحركةِ في ساعاتِ الذروةِ التي ينجمُ عنها في أغلبِ الأحيانِ ازدحامٌ كبيرٌ في حركةِ المرورِ؛

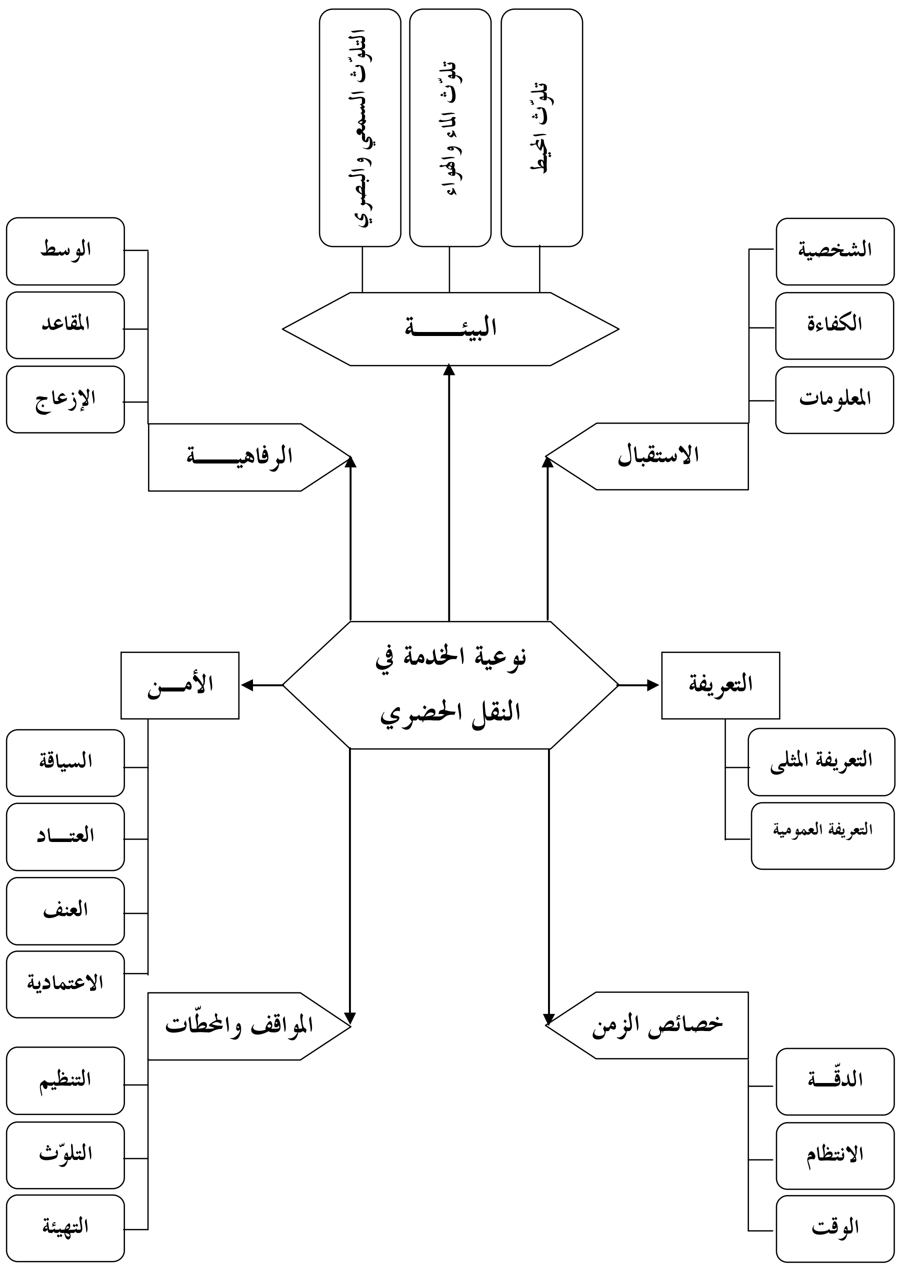
تكرار الخدمة: ويتطلّبُ ذلكَ تذليلُ الصعوباتِ المتعلّقةِ بالجدولةِ الزمنيةِ للمركباتِ ومقدارِ توفّرِها. ويكونُ منَ الإسرافِ إنتاجُ خدمةِ نقلٍ أكثرَ منَ الحاجةِ. ويؤدّي عدمُ كفايةِ السعةِ في خدمةِ النقلِ إلى انخفاضِ مستوى الخدمةِ، وهذا يؤدّي إلى فقدِ السمعةِ الحسنةِ وانخفاضِ الطلبِ على الخدمةِ، حيثُ يتحوّلُ الزبائنُ إلى وسائلٍ أخرى. ويمكِنُ تقديرُ تكرارُ الخدمةِ من خلالِ تحليلِ بياناتِ دراسةِ الطلبِ.[1]

2-16-3-2- عناصر (عوامل نوعية) الخدمة:

تعكسُ نوعيةُ الخدمةِ الطريقةَ التي يتمُّ بها توفيرُ تلكَ الكمّيةِ منَ النقلِ. وتتضمّنُ عدّةَ عناصرٍ موضَّحةٍ في الشكلِ الموّالي[2]:

(1) هاي، وليام. مرجع سابق. ص ص 302-309.

(2) هاي، وليام و. المرجع نفسه. ص ص 313-365.



شكل رقم (10): رسم تخطيطي يوضّح عناصر نوعية الخدمة في النقل الحضري الجماعي للمسافرين

المصدر: إعداد الباحث

يمكِنُ القولُ منَ الشكلِ السابقِ إنّ نوعيةَ الخدمةِ في النقلِ الحضَري الجماعي للمسافِرينَ تتضمّنُ العناصرَ التاليةَ:

الأمن: يتضمّنُ عنصرُ الأمنِ السلامةَ والاعتماديّةَ. وهيَ عواملٌ متداخِلةٌ بشكلٍ كبيرٍ يصعُبُ معَها مناقشةُ أحدِها دونَ الآخرِ، فكِلاهما يعبِّر عنِ التزامٍ ضِمنيٍّ للناقلِ أمامَ الركّابِ بأن يقومَ بعمليةِ النقلِ بصفةٍ كاملةٍ واعتماديّةٍ ومعقولةٍ؛

الاعتماديّةُ: تعني الاعتماديّةُ نقلَ الركّابِ وتوصيلَهم سالمينَ في الوقتِ المحدَّدِ بدونِ تأخيرٍ أو عطبٍ أثناءَ الطريقِ. وإذَا لم تكن المنظّمةُ جديرةً بالثقةِ بسببِ سجِّلِها السيّئ في اعتماديةِ خدماتها فلن تكونَ قادرةً على الاستمرارِ والمنافسةِ؛

السائق: السائقُ هو المسؤولُ عنِ السياقةِ حيثُ يتّخِذُ القراراتِ المتعلِّقةَ بالسرعةِ والمسافةِ بينَ المركباتِ واختيّارِ الطريقِ والتقيّدِ بقوانينِ المرورِ وأنظمتِه. وكلُّ ذلكَ يتوقّفُ على تدريبِ السائقينَ ومَهارَتهم وانتباهِهم وخِبرَتهم؛

السلامة: تعني إيصالَ المسافرينَ بنفسِ حالتِهم الأُولى من مكانِ الانطلاقِ إلى المكانِ المرغُوبِ دونَ حوادثٍ مثلَ الانحرافاتِ وحوادثِ المرورِ. وتتضمّنُ السلامةُ أيضًا وسائلَ متوفِّرةً داخلَ الحافلةِ مثلَ عُلبِ الإسعافِ ومنافذِ النجدةِ ومثلَّثِ العطَبِ. فمعظمُ حوادثِ النقلِ في الوسطِ الحضَري تحدثُ عندَ تحميلِ الركّابِ وتنزيلِهم أوِ انحباسِهم في أبوابِ الحافلاتِ أو الوقوعِ منها في حالةِ اصطِدامِها أو قيّامِها بحركةِ التوقّفِ الفُجَائي، بالإضافةِ إلى ضمانِ سلامةِ الركّابِ ضِدَّ السرِقاتِ والعنفِ ضدَّهم. فسلامةُ الركّابِ وأمنُهم يبدأُ منذُ وصولِ الركّابِ إلى الموقفِ أو المحطّةِ إلى غايةِ الموقِفِ النهائِي؛

المرونة: يقصَدُ بالمرونةِ قدرةُ وسيلةِ النقلِ على الاستجابةِ أوِ التكيّفِ معَ الاحتيّاجاتِ المتعدّدةِ للركّابِ حسبَ الظروفِ المتغيِّرةِ. وتظهرُ المرونةُ في نظامِ النقلِ بعدّةِ أشكالٍ هيَ:

حجم الحركة: تختلِفُ مركباتُ النقلِ في خواصَّ عديدةٍ متعلِّقةٍ بحجمِ الحركةِ. فبعضُ وسائلِ النقلِ تستطيعُ أن تقِلَّ أعدادًا كبيرةً منَ الناسِ بكفاءةٍ عاليّةٍ وبعضُها الآخرُ يعطِي خدمةً

فرديةً فعّالةً لكنّه لا يقدرُ على نقلِ أعدادٍ كبيرةٍ منَ الركّابِ في وقتٍ واحدٍ؛

نوع الحمولة: إنّ الأشخاصَ بخلافِ المنتَجاتِ يمكنُ نقلُهم في جميعِ وسائلِ النقلِ ما عدَا خطوطِ الأنابيبِ؛

مرونة الطريق: توفِّرُ مرونةُ الطريقِ المتعلّقةُ بنقلِ الأشخاصِ إمكانيةَ تغيُّرِ مساراتِ خطوطِ الحافلاتِ حسبَ تغيُّرِ الطلبِ دونَ تكلفةٍ تُذكَرُ، وإمكانيةَ استخدامِ الحافلاتِ لتقديمِ خدمةِ تجميعِ الركّابِ من أماكنِهم المختلِفةِ وتوزيعِهم على خطوطِ النقلِ العُمومي؛

الوقت:هوَ عاملٌ مهمٌّ يؤثِّرُ على نوعيةِ الخدمةِ ويتعلّقُ أساسًا بسرعةِ وسيلةِ النقلِ المعتمَدةِ. وهذهِ الأخيرةُ تتأثّرُ في العمومِ بسعةِ الطريقِ ومُستوى الخدمةِ. وتتضمّنُ سرعةُ المركبةِ أنواعًا عديدةً، لكنّ أهمَّها في ميدانِ النقلِ هيَ السرعةُ التجاريةُ أو المتوسِّطةُ، وتعكسُ زمنَ التسارعِ والتباطؤِ وتأثيرَ فتراتِ تخفيضِ السرعةِ خلالَ الرحلةِ. كمَا توجَدُ السرعةُ الإجماليّةُ التي تعكِسُ زمنَ الرحلةِ منَ البابِ إلى البابِ، وتتضمّنُ وقتَ التوقّفِ في المحطّةِ وصعودَ المسافرينَ ونزولَهم وزمنَ التحويلِ من مركبةٍ إلى أخرَى وأسبابَ التأخيرِ الأخرى كعلاماتِ التوقّفِ والإشاراتِ الضوئيةِ والاختنَاقاتِ المروريةِ؛

ممّا سبقَ يمكنُ القولُ إنّ هناكَ عواملَ عديدةً تؤثِّرُ على المدّةِ المستغرَقةِ في الرحلةِ وهيَ السرعةُ المستعمَلةُ ومحطّاتُ التوقّفِ والمسافاتُ البينيّةُ والانتظامُ ونوعيةُ المسالكِ وفتراتُ الذروةِ والتسارعُ والتباطؤُ؛

الرفاهية: تمثِّلُ الرفاهيةُ عنصرًا ذي أهمّيةٍ بالنسبةِ للراكبِ فهوَ يفضِّلُ دفعَ ثمنٍ أكبرَ من أجلِ التنقّلِ في ظروفٍ أحسنَ. إذ تبدأُ رفاهيّةُ الراكبِ من نعومةِ الطريقِ، فيجبُ أن تصمَّمَ المركباتُ وفقَ التقنيةِ التي تقلِّلُ منَ الارتجاجِ والتأرجُحِ والاهتزازِ بتثبيتِ ماصّاتٍ لها. كمَا يعَدُّ عاملُ الهدوءِ داخلَ المركبةِ من عناصرِ رفاهيةِ الراكبِ، إذ يجبُ إعطاءُ الاهتمامِ اللاّزمِ لعزلِ صوتِ المحرِّكاتِ، والتحكّمُ بدرجةِ الحرارةِ وتكييفُ الهواءِ والنظافةُ داخلَ الحافلةِ وخارجَها وتقليلُ الاكتظاظِ، وتوفيرُ المقاعدِ المبطَّنةِ بوسائدٍ تقلِّلُ من اهتزازِ المركبةِ وارتجاجِها ووجودُ

الكراسي بعرضٍ كافٍ وتركيبٍ ملائمٍ داخلَ المركبةِ. كما تتضمّنُ تسهيلاتُ الرفاهيةِ في الرحلاتِ الطويلةِ توافرَ الطعامِ والشرابِ ودورةَ المياهِ وخدماتِ الهاتفِ والتلفزيونِ والمذياعِ والموسيقى والروائحِ؛

يمكنُ القولُ ممّا سبقَ إنّ درجةَ الرفاهيةِ تتضمّنُ جانبَينِ الرفاهيةَ الفيزيولوجيّةَ والنفسيّةَ. وتتضمّنُ حالةَ المركبةِ والجوَّ العامّ داخلَها وجانبَ الإزعاجاتِ. وتتفاوتُ درجةُ الرفاهيةِ وتسهيلاتُها من مركبةٍ إلى أخرى ومن رحلةٍ إلى أخرى وحسبَ نوعِ الرحلةِ طويلةً أو قصيرةً، فهيَ محدودةٌ في الرحلاتِ القصيرةِ ووفيرةٌ في الرحلاتِ الطويلةِ؛

الاستقبال: لعنصرِ الاستقبالِ أوِ المعاملةِ دورٌ بارزٌ في نوعيةِ خدمةِ النقلِ. فهوَ المظهر الخارجي لها كمَا في السلعِ الماديةِ لما له من تأثيرٍ على نفوسِ الركّابِ فإذا كان جيدا جلبَ زبائنَ أكثرَ. ولتحقيقِه بشكلٍ صحيحٍ يجبُ توفّرُ شروطٍ عديدةٍ منها اللباقةُ في الكلامِ معَ الراكبِ واحترامُه وإشعارُه بأنّهُ هوَ الملِكُ. والاستقبالُ والمعامَلةُ مرتبطان بشخصيّةِ الإنسانِ (الكفاءةُ وحسنُ التصرّفِ والمظهرُ والرقّةُ والحفاوةُ) ومظهرِه ومعارفِه وخبراتِه، ومدى توفّرِ المعلوماتِ كتابيةً أو شفهيةً عن خطوطِ الاستغلالِ وأوقاتِ الانطلاقِ والوصولِ ومعلوماتٍ في حالةِ العطبِ أو التوقّفِ عنِ العملِ ومعلوماتٍ عن حفظِ الصحّةِ والسلامةِ؛

التسعيرة:

تعرَّفُ التسعيرةُ بأنها القيمةُ النقديةُ التي يدفعُها الزبونُ للناقلِ مقابلَ خدمةِ النقلِ التي يتلقّاها. وتتبلورُ خدمةُ النقلِ في التذكرةِ التي يحصلُ عليها الراكبُ، وهيَ نتيجةٌ لتكوينِ عقدِ النقلِ. وتسعيرةُ خدمةِ النقلِ للمسافرينَ تتواجدُ في عدّةِ أنواعٍ منها التسعيرةُ المُثلى والتسعيرةُ العموميّةُ:

التسعيرة المثلى: يقصَدُ بالتسعيرةِ المثلى التسعيرةُ التي تعكسُ خصائصَ العرضِ الجيّدِ للخدمةِ. ويقعُ في مقدّمتِها عدمُ تخزينِ الخدمةِ والسرعةُ المقدَّرةُ وتكرارُ الخدمةِ وتمامُ إنجازِ الخدمةِ

وخصائصُ تكاليفِ عرضِ الخدمةِ.(*)

التسعيرة العمومية: هيَ القيمةُ النقديةُ لخدماتِ النقلِ وترمي الدولةُ بتحديدِها إلى خدمةِ الاقتصادِ الوطني من خلالِ نظامِ نقلٍ يساهمُ في تحقيقِ الأهدافِ:

- المساهمةُ في تنظيمِ النشاطِ الاقتصادي من أجلِ الحصولِ على نسبةِ نموٍّ ثابتةٍ؛
- المساهمةُ في توزيعِ المواردِ على مختلفِ المناطقِ لضمانِ إنتاجٍ أمثلَ لبعضِ المنتَجاتِ والخدماتِ؛
- منعُ حدوثِ المنافسةِ غيرِ الشريفةِ داخلَ القطاعِ ومنعُ التمييزِ بينَ الأشخاصِ والمناطقِ؛
- إنعاشُ بعضِ النشاطاتِ الصناعيةِ في فتراتِ الركودِ.(1)

وتوجَدُ أنواعٌ أخرى منَ التعريفاتِ مثلَ تعريفةِ الدرجةِ والمسافةِ وتعريفةِ بطاقةِ السفرِ المنتظِمِ والتعريفةِ الخاصّةِ.(**)

المحطّات والمواقف: تمثّلُ المحطّاتُ والمواقفُ بالنسبةِ للركّابِ البوّابةَ الأولى لقَبولِ النقلِ لأنّها تثيرُ أو تثبِّطُ شهيةَ المسافرِ في استعمالِ بوسائلِ النقلِ العمومي أوِ الوسائلِ البديلةِ.

وتعرَّفُ محطّاتُ النقلِ «بأنها بدايةُ الخطِّ أو نهايتُه وهيَ مجموعةٌ منَ المرافقِ وملحقاتُها التي تنشأُ فيها رحلاتُ النقلِ وتنتَهي فيها والتي يَتمُّ فيها التحويلُ من مركبةٍ إلى أخرى قبلَ تحرّكِها على الطريقِ أو أثناءَه أو بعدَه وتشملُ مرافقَ الصيّانةِ».(2) ومحطّاتُ النقلِ تشكّلُ مجمَّعًا تجهيزيّا يوظَّفُ بكيفيّةٍ فعّالةٍ، وتجهيزٌ مصاغٌ ومقسَّمٌ بحكمةٍ يمكّنُ من ضمانِ استعمالِ الركّابِ لمختلفِ

(*) مثلا: إن خاصية عدم تخزين الخدمة المنتجة وما ينتج عنها من تواجد الطاقة الفائضة تحتم ضرورة أن تعكس أسعار خدمات النقل إمكانية استغلال هذه الطاقة الفائضة بحيث تؤدي التسعيرة إلى الوصول بالطاقة الفائضة إلى حدها الأدنى على الأقل.

(1) Terny, Guy. Economie des services collectifs et de la dépense publique. France, Dunod, 1971. pp 3-10.

(**) لمزيد من المعلومات، أنظر فضلا: هاي، وليام و. مرجع سابق ص 480

منصور، حمادة. مرجع سابق. ص ص 283-287.

(2) هاي، وليام و. مرجع سابق. ص 365.

أنماطِ النقلِ بكيفيةٍ منسَّقةٍ بينَ النقلِ الجماعي بواسطةِ الحافلاتِ والسياراتِ من جهةٍ والنقلِ بينَ المدنِ والنقلِ إلى ضواحي المدنِ.

وتعرَّفُ المواقفُ بأنَّها نقاطُ عبورٍ على الخطِّ يتمُّ فيها تنزيلُ الركّابِ وتحميلُهم، وتحدِّدُها مصالحُ النقلِ المختصّةُ مرفَقةً بأعمدةٍ مرشِدةٍ. ولا بدَّ أن تكونَ هذهِ النقاطُ موزَّعةً بطريقةٍ تشجِّعُ المواطنينَ على استعمالِ النقلِ الحضَري الجماعي دونَ إعاقة حركةِ المواطنينَ والمركباتِ. ولا بدَّ من مراعاةِ تسهيلِ الدخولِ إليها وتهيئتِها، وتنظيمِ أوقاتِ مرورِ وسائلِ النقلِ العُموميِ بها بطريقةٍ تسمحُ بتقليصِ أوقاتِ الانتظارِ.[1]

ممّا سبقَ تتميَّزُ المحطّات والمواقفُ بثلاثةِ أشياءٍ: بتنظيمِها ويشملُ ذلكَ الموقعَ والوضعيّةَ الجغرافيةَ على الخطِّ وعددَ الخطوطِ ونوعَ المركباتِ، وبتهيئتِها وتشملُ أرصفةَ الوقوفِ ولوحاتِ الإعلامِ أماكنَ للحمايةِ منَ التقلّباتِ الجويةِ، وبالتلوّث بواسطةِ دخانِ عوادمِ المركباتِ وتدخينِ الأفرادِ.

البيئة: تعَدُّ صحّةُ البيئةِ وسلامتُها منَ العناصرِ الضروريّةِ والمكمِّلةِ لأداءِ خدمةِ النقلِ بالنوعيةِ المطلوبةِ. ولعمليّاتِ النقلِ عمومًا تأثيراتٌ ضارّةٌ على البيئةِ من خلالِ إفرازاتِ ملوِّثاتِ الهواءِ والماءِ والضجيجِ. وتختلفُ درجةُ مساهَمةِ وسائلِ النقلِ المختلفةِ في التلوّثِ باختلافِ نوعِ المركبةِ. كمَا يؤثِّرُ النقلُ على استخدامِ الأرضِ وخاصّةً في المناطقِ الحضريةِ التي تتميّزُ فيها الأرضُ بالندرةِ وارتفاعِ الأسعارِ وتأثُّرِ الحكوماتِ والدولةِ بخسرانها لعوائدِ الضرائبِ التي كانت تجنيها من تلكَ الأرضِ.[2]

---

(1)، (2) هاي، وليام و. المرجع السابق. ص 421، ص ص 350-361.

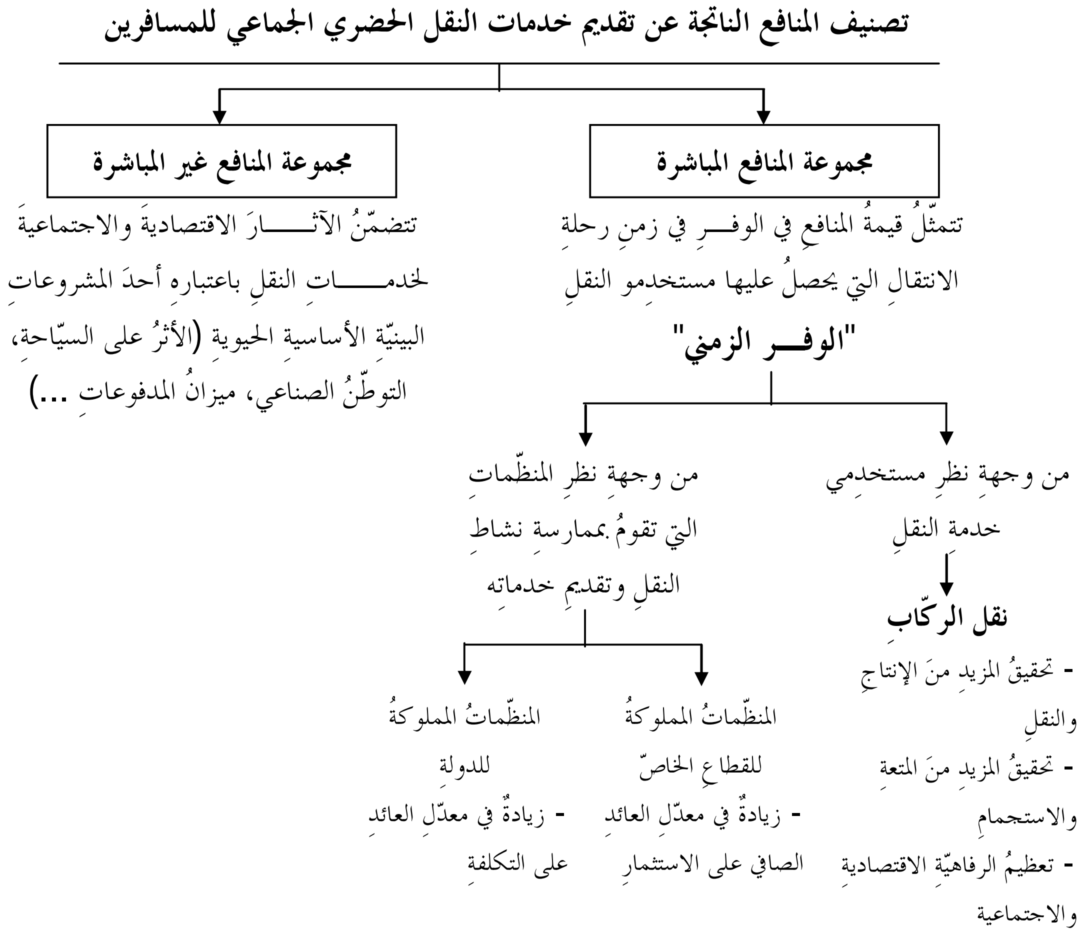
2-17- تحليل المنفعة والتكاليف في نشاط خدمات النقل الحضري الجماعي للمسافرين:

يتّسمُ نشاطُ خدماتِ النقلِ للمسافِرينَ في الوسطِ الحضَري بوجودِ منافعٍ وتكاليفٍ خارجيّةٍ غيرِ مباشرةٍ علاوةً على المنافعِ والتكاليفِ المباشِرةِ الناتجةِ عن تقديمِ خدماتِ النقلِ[1]:

2-17-1- جانب المنافع (المباشرة وغير المباشرة):

يترتّبُ عن ممارسةِ نشاطِ خدمةِ النقلِ الحضَري للمسافرينَ مجموعتانِ منَ المنافعِ الاقتصاديّةِ والاجتماعيّةِ. ويمكِنُ تصنيفُها إلى منافعٍ مباشرةٍ وغيرِ مباشرةٍ. والشكلُ التالي يوضِّحُ ذلكَ:

(1) أيوب، سميرة. مرجع سابق. ص ص 232-239.



شكل رقم (11): تصنيف المنافع الناتجة عن تقديم خدمات النقل الحضري للمسافرين

المصدر: أيوب، سميرة. مرجع سابق. ص 233.

2-17-2- جانب التكاليف (مباشرة وغير مباشرة):

يقصَدُ به المصاريفُ الفعليةُ المباشرةُ وغيرُ المباشرةِ المنفَقةُ لتأديّةِ خدمةِ النقلِ في الوسطِ الحضَري بشكلٍ كاملٍ، وعليها تُبنى تعريفةُ خدماتِ النقلِ.

2-17-2-1- التكاليف المباشرة:

وتسمّى أحيانًا التكاليفَ النقديّةَ المباشرةَ وتتضمّنُ التكاليفَ الثابتةَ وتكاليفَ التشغيلِ؛

التكاليف الثابتة: تتمثّلُ في تكلفةِ الحصولِ على كافّةِ الأصولِ الثابتةِ طويلةِ الأجلِ، منها التكاليفُ الملموسةُ (كتكلفةِ شراءِ الأرضِ) والتكاليفُ غيرُ الملموسةِ (كتكاليفِ الإدارةِ وحقوقِ الاختراعِ الخ)؛

تكاليف التشغيل: هيَ النفقاتُ الجاريّةُ التي يتمُّ إنفاقُها لإنتاجِ خدماتِ النقلِ، وتتضمّنُ تكلفةَ الحصولِ على مستلزَماتِ الإنتاجِ اللازمةِ لعمليّةِ تشغيلِ وحداتِ النقلِ كتكلفةِ شراءِ قطعِ الغيارِ والوقودِ وأجورِ العمّالِ الخ؛

2-17-2-2- التكاليف غير المباشرة:

وهيَ تلكَ التكاليفُ التي تحدُثُ نتيجةَ تقسيمِ تكاليفِ النقلِ جميعًا على الرحلاتِ المنفردةِ تقسيمًا محاسبيا اختياريًّا من وجهة نظر الناقلين. أما من وجهةِ نظرِ مستخدِمي النقلِ فهيَ كافّةُ التكاليفِ التي يتحمّلونها وتتعدّاها فتشملُ ما يلي:

تكاليف الازدحام: وهيَ من أهمِّ الآثارِ الخارجيةِ الناتجةِ عن تدهوُرِ مستوى كفاءةِ أداءِ خدماتِ النقلِ خاصّةً وبدرجةٍ ملموسةٍ داخلَ المدنِ. ويمكِنُ إيجازُ تلكَ التكاليفِ في تكلفةِ التأخيرِ ومَا ينجُمُ عنه من خفضٍ في المعدّلاتِ الإنتاجيةِ ومعدّلاتِ الأجرِ؛

تكاليف الحوادث: وتتضمّنُ تكاليفَ الحوادثِ من وجهةِ نظرِ المنظّماتِ التي تمارِسُ نشاطَ النقلِ فتندرجُ ضمنَ تكاليفِ التشغيلِ سالفةِ الذكرِ، وتتضمّنُ تكاليفُ الحوادثِ من وجهةِ نظرِ مستخدِمِ النقلِ ما يلي:

- التكاليفَ الماليّةَ التي يتحمّلُها الركّابُ؛
- تكاليفَ العلاجِ الطبّي للمصابينَ؛
- تكاليفَ التغيّبِ والانقطاعِ عنِ العملِ؛

- التكاليفَ الإنسانيّةَ ويقصَدُ بها الألمُ النفسي الذي يَلحقُ بالمصابينَ وذويهم نتيجةً للأذى المادّي ويؤثّرُ سلبًا على معدَّلاتِ إنتاجهم ومستوياتِ دخلِهم؛

تكاليف تلوّث الهواء: يقصَدُ بها التكاليفُ التي يتحمّلُها أفرادُ المجتمعِ عامّةً لعلاجِ ما يترتّبُ عن تقديمِ خدماتِ النقلِ من تلوّثِ الهواءِ، فضلاً عنِ التكاليفِ الناتجةِ عن تدهورِ طاقتِهم الإنتاجيّةِ؛

تكاليف التلوّث السمعي: ويقصَدُ بذلكَ تكاليفُ الضوضاءِ التي تنتُجُ عن حركةِ المركباتِ العامّةِ والخاصّةِ. وتتعدّدُ مصادرُ الضوضاءِ بينَ أصواتِ آلاتِ التنبيهِ وأصواتِ المحرّكاتِ وحركةِ دورانِ العجلاتِ والفراملِ الخ.

إنّ نوعيةَ الخدمةِ في النقلِ تشملُ الإجراءاتِ والمعاييرَ الواجبَ توفّرُها في النقلِ للوصولِ إلى أكبرِ حدٍّ ممكنٍ من إشباعِ حاجاتِ الركّابِ ورغباتِهم معَ مراعاةِ البيئةِ والمحيطِ. فنوعيةُ الخدمةِ في النقلِ تعكسُ الطريقةَ التي يتمُّ بها توفيرُ تلكَ الكمّيةِ منَ النقلِ. ولقد حقّقَت دولٌ كثيرةٌ تقدّما كبيرا في هذا المجالِ حتى أنّ الراكب بإمكانه معرفةُ زمنِ قيامِه ووصولِه بالمحطّةِ التي يرغبُ في الوصولِ إليها بالدقيقةِ الواحدةِ. فالحافلاتُ داخلَ هذهِ المدنِ لها شريطٌ مستغَلٌ يذاعُ على الركّابِ استعدادًا للنزولِ في المحطّةِ القادمةِ خلالَ دقيقتين ثمّ يتدرجُ إلى 30 ثا حتى لا يتأخّرَ الركّابُ في النزولِ والصعودِ. ويمكنُ التحويلُ من خطٍّ سيرٍ إلى آخرَ بكلِّ دقّةٍ رغمَ إشاراتِ المرورِ وكثافةِ المواصلاتِ، إضافةً إلى أسلوبِ دفعِ تكلفةِ الخدمةِ واحتسابِ أعدادِ الركّابِ بطريقةٍ آليةٍ في كلِّ حافلةٍ. فعلى المنظّماتِ التي تسعى للتطوّرِ واحتلالِ مكانةٍ في السوقِ الأخذُ بأسبابِ هذا التطوّرِ وإحداثُ سبقٍ في التغيّرِ لجلبِ ثقةِ العميلِ.

الخاتمة

تُعتبرُ المدينةُ تشكيلةً منَ المراكزِ والنشاطاتِ المختلفةِ التي يتفاعلُ معهَا العنصرُ البشري. فهيَ تحتوي على تجمّعاتٍ سكّانيةٍ مستقرّةٍ وكبيرةٍ ذاتِ كثافةٍ سكّانيةٍ مرتفعةٍ وغيرِ متجانسةٍ، تنتشِرُ فيها تأثيراتُ الحياةِ الحضريةِ.

إلاّ أنَّ تميُّزَ سكّانِ المدنِ بالاستقرارِ والكثافةِ العاليةِ نتجَ عنهُ خليطٌ من استعمالاتِ الأراضي المختلفةِ أدَّى إلى توطينِ مراكزِ النشاط ومختلفِ الوظائفِ تختلفُ من حيثُ موقعِها ولا يمكِنُ أن تُؤدّى (هذِه الوظائفُ) بدونِ حركةِ النـــاسِ والبضائعِ. لذلكَ نسجَت هذِه الاستعمالاتُ لنفسِها داخلَ المدينةِ شبكةً منَ الشوارعِ المختلفةِ لإدامةِ التَّفاعلِ بينهَا. ولا يتحقّقَ ذلكَ بدونِ توفّرِ النقلِ، فتولَّدَت منهُ أنواعٌ عديدةٌ منها في المجالِ الحضرِي. ويعتبَرُ النقلُ الحضري الجماعي للمسافرينَ أحدَ هذه الأنواعِ المرتبطةِ ارتباطًا مباشرًا بحياةِ الفردِ الذي يسعى دومًا لإدراجِها في أولوياتِ اهتماماتِه وذلكَ بغرضِ إشباعِ حاجاتِه.

وقد عرفَ هذَا النّشاطُ في الجزائرِ تغيّراتٍ عديدةً منذُ الاستقلالِ إلى يومِنا هذا. اقتصرَت تقريبا على العرضِ الكمّي للخدماتِ، فبقي مستعمِلو النقلِ الحضرِي الجماعي يواجهونَ خدماتٍ ذاتَ نوعيةٍ رديئةٍ. ويبرُزُ ذلكَ في أغلبِ كبرياتِ المدنِ الجزائريةِ، ومنها مدينةُ قسنطينةَ التي تتميّزُ بتناقضاتٍ عجيبةٍ. تميَّزَ قطاعُ النقلِ الحضرِي فيها بتسابقِ الناقلينَ في النهارِ والشللِ الكلّي في الليلِ، حيثُ تقلُّ حركةُ الحافلاتِ وعرباتِ النقلِ عبرِ الطّرقِ ابتداءً منَ الفترةِ المسائيةِ، وتنعدمُ كلّيًا بمناطقٍ أخرى تاركةً المتنقّلين يتدبّرون أمورَهم في الظفرِ بوسيلةِ نقلٍ تضمَنُ لهم الوصولَ إلى وجهاتِهم في أحسنِ الظروفِ. هذِه الوضعيةُ أصبحت بتكرارِها يوميًا تتفاقمُ لتطرحَ انعكاساتٍ خطيرةً جدّا تهدِّدُ أمنَ المتنقلينَ وسلامتَهم، كتكرّرِ الاعتداءاتِ في العديدِ من محطّاتِ النقلِ وحدوثِ مشادّاتٍ بينَ جموعِ المتنقّلينَ وسائقي سيّاراتِ الأجرةِ والنقلِ غيرِ الرسمي الذينَ يفرضونَ نظامًا خاصًّا يوصَفُ بالجورِ والاستغلالِ على حدِّ تعبيرِ المتنقّلينَ.

في الجهةِ المقابلةِ لم يتضمَّن القانونُ الجديدُ لتنظيمِ النقلِ البرِّي إشارةً إلى هذِه النقطةِ. هذَا بالإضافةِ إلى أنَّ الدراساتِ المسحيةَ العديدةَ التي قامت بها مديريةُ النقلِ بالولايةِ بالتنسيقِ معَ مكاتبِ الدراساتِ المختصّةِ على سبيلِ المثالِ. لكنّها كانَت في مجمَلِها في شكلِ تحقيقاتٍ ميدانيةٍ

بخصوصِ تنقلِ الأشخاصِ من وإلى القطاعاتِ الحضريةِ وحجمِ حركةِ المرورِ. كمَا أبرزَت طبيعةَ تنقّلاتِ الأفرادِ وساعاتِ الذّروَةِ والغايةَ من تلكَ التنقّلاتِ، وأوضحَت القطاعاتِ الحضريةَ المستقطِبةَ لكمّياتٍ كبيرةٍ من تنقّلاتِ الأشخاصِ، وسَببَ استخدامِ وسائلِ النقلِ فيها. ولم تتطرَّق بشكلٍ موسَّعٍ للمتاعبِ التي يتلقّاهَا المسافرونَ خلالَ تنقّلاتهم ودونَ دراسةِ كمّية الخدمةِ الموفَّرةِ للراكبينَ والمتنقّلينَ ومدى كفايتِها في كلّ الأوقاتِ وفي جميعِ الأماكنِ. ولم تتطرّق هذِه الدراساتُ أيضًا لنوعيةِ الخدمةِ التي يوفّرُها الناقلون في هذَا المجالِ. كمَا أهمَلَت هذِه الدراساتُ رأي المتنقِّلينَ في هذَا الجانبِ وكأنّ الأمرَ لا يَعنيهم، كمَا لم تتطرَّق لواقعِ الجانبِ التنظيمِي والتسييرِي في هذا القطاعِ، ومن نتائجِه نقصُ وغيابُ مركباتِ النقلِ الحضرِي في معظمِ الخطوطِ والأوقاتِ التي يكُونُ المتنقِّلُ في حاجَةٍ إليهَا.

لهذِه الفجواتِ وغيرِها جاءت هذِه الدراسةُ لتبحثَ واقعَ مستوى ونوعيةَ خدماتِ النقلِ الحضرِي الجماعِي في مدينةِ قسنطينةَ، وتحدِّدَ مؤشّراتِ نوعيةِ الخدمةِ لدى المتنقِّلِ في النقلِ الحضرِي الجماعي لمدينةِ قسنطينةَ، وهل تحسَّنت حقًّا كمَا هو شائعٌ خدماتُ النقلِ الحضرِي الجماعي بالحافلةِ في المستوى والنوعيةِ بعدَ دخولِ الخواصِّ لهذَا القطاعِ؟.

انطلقَ البحثُ من هذِه التساؤلاتِ ليتمَّ إنجازهُ خلالَ مراحلٍ عديدةٍ بدءًا بالقراءَاتِ الأدبيةِ حولَ الموضوعِ إلى إخراجِ الفصولِ النظريةِ والتي تضمُّ الدراساتِ السابقةَ لنوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضرِي الجماعي. ثمّ تليها الدراسةُ الميدانيةُ التي حاولَ فيها الباحثُ إسقاطَ المفاهيمِ النظريةِ حولَ نوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضرِي الجماعي على حالتِها في الواقعِ في مدينةِ قسنطينةَ. وقد استعمَلَ لأجلِ بلوغِ هذَا الهدفِ المنهجَ الوصفِي بأدواتِه، الاستمارةَ بالمقابلةِ والملاحظةَ بنَوعَيها وذلكَ من خلالِ اختيارِ عيّنةٍ منَ المتنقّلينَ في المجالِ الحضرِي لمدينةِ قسنطينةَ في المحطّاتِ الحضريةِ الرئيسيةِ وتمَّ استجوَابهم حولَ طبيعةِ تنقّلاتهم وأخِذَت آراؤهم في مستوى ونوعيةِ خدماتِ النقلِ الحضرِي وماهيةِ أهمِّ مؤشِّراتِ نوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضرِي الجماعي. وتمخَّضَت هذِه الدراسةُ عن نتائجٍ مهمّةٍ سبقَ تقديمُها في متنِ هذَا البحثِ. لكن لا مانعَ من إعادةِ تقديمِها لتعطي إجابةً عنِ الأسئلةِ المطروحةِ ولتقييمِ فروضِ البحثِ.

فبخصوصِ واقعِ خدماتِ النقلِ الحضرِي الجماعي في مدينةِ قسنطينةَ، أظهرَ البحثُ أنَّ على مستوى خدمةِ النقلِ الحضرِي بالحافلةِ في أضعفِ درجاته، وذلكَ بدليلِ أنَّ سعةَ عرضِ خدماتِ النقلِ غيرُ كافيةٍ سواءً على مستوى سعةَ المركباتِ التي غالبًا ما تحملُ فوقَ طاقتِها أو على مستوى سعةِ المسارِ، فمعضمُها ضيقٌ كثيرُ المنعرجاتِ لا يستجيبُ لحجمِ حركةِ المرورِ. أمَّا من حيثُ عددَ المركباتِ فهوَ كافٍ إلاَّ أنَّ توزيعَهُ غيرُ المدروسِ على مستوى الخطوطِ والفوضَى في تنظيمِهِ أدَّيا إلى عدمِ استجابتهِ للطَّلبِ. كمَا أنَّ التصميمَ السيئَ للطرقِ وعدمَ مرونةِ وسيلةِ النقلِ في التنقّلِ بالإضافةِ إلى كثافةِ حركةِ المرورِ في الطرقِ كلُّ ذلكَ أدَّى إلى صعوبةِ وصولِ المركباتِ إلى الأماكنِ المقصودةِ ممَّا خفَّضَ من معدّلاتِ تكرارِهَا وساهَمَ في محدوديةِ كميةِ خدماتِ النقلِ المعروضةِ. أمَّا في جانبِ نوعيةِ خدمةِ النقلِ فقد أوضحَ البحثُ أنها رديئةٌ على كافَّةِ مؤشّراتِ نوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضرِي الجماعِي، وذلكَ بدليلِ أنَّ رأيَ أفرادِ العيّنةِ بخصوصِ مؤشّرِ الأمنِ هوَ عدمُ التوفّرِ والتدهورُ المستمرُّ. أمَّا بخصوصِ الوقتِ فزمنُ الرحلةِ يمتدُّ إلى ضعفَينِ أو ثلاثةَ أضعافٍ، وبخصوصِ الاستقبالِ فقد تدهورَ إلى المعاملَةِ السيّئةِ للمتنقّلِين. أمَّا مؤشرُ المحطّاتِ والمواقِفِ فمعضمُها لاَ يتوفَّرُ على أدنى شروطِ المحطّاتِ الحضرية. وبخصوصِ مؤشّرِ الرفاهيةِ فلا مجالَ للحديثِ عنهُ لأنَّهُ حلمٌ بعيدُ المنالِ حسبَ رأيِ أفرادِ العيّنةِ. وبخصوصِ مؤشّرِ التسعيرةِ فهيَ لا تناسبُ معظمَ أفرادِ العيّنةِ لأنَّ دخلَهم ضعيفٌ وعددَ تنقّلاتهم اليوميةِ كبيرٌ. أمَّا بخصوصِ مؤشّرِ البيئةِ فإنَّ مركباتِ النقلِ الحضرِي الجماعي تساهمُ بنسبةٍ كبيرةٍ في إحداثِ التلوُّثِ بجميعِ أنواعِهِ في المدينةِ وذلكَ بنسَبٍ مختلفةٍ.

أمَّا على مستوى مؤشّراتِ نوعيةِ الخدمةِ في النقلِ التي يراها المتنقِّلُ ضروريةً ويجبُ توفيرُها وذلكَ حسبَ أهمّيتِها فهِي مؤشّرُ الأمنِ في المرتبةِ الأولى ويليهِ مؤشِّرُ الوقتِ في المرتبةِ الثانيةِ ثمَّ مؤشّرُ الاستقبالِ في المرتبةِ الثالثةِ. أمَّا بقيةُ المؤشّراتِ (المحطّاتُ والمواقِفُ، مؤشّرُ الرفاهيةِ، مؤشّرُ البيئةِ) فيرَى أفرادُ العينةِ أنها قابلةٌ للتحقيقِ إذا مَا تحقّقت المؤشّراتُ الثلاثةُ الأولى. أمَّا بخصوصِ تحسُّنِ مستوى ونوعيةِ الخدمةِ بعدَ دخولِ الخواصِّ فإنَّ البحثَ أثبتَ في هذَا الجانبِ أنّ هناكَ تحسّنا على مستوى الخدمةِ (زيّادةُ عددِ المركباتِ) لكِن كمّيةَ الخدمةِ المعروضةِ لا تلبّي الطّلبَ بسبَبِ الفوضَى في التسييرِ وعدمِ التنسيقِ بينَ الناقلينَ.

أمَّا بخصوصِ نوعيةِ الخدمةِ فقد كانَت أحسَنَ قبلَ دخولِ الخواصِّ من حيثُ مؤشّرِ الوقتِ والاستقبالِ، أمَّا من حيثُ مؤشّرِ الرفاهيةِ فقد شهِدَ تحسّنًا بعدَ دخولِ الخواصِّ إلاَّ أنَّهُ لا يرقى لطموحاتِ المتنقِّلينَ. ومن جهةِ المؤشّراتِ الأخرى (مؤشّرَ الأمنِ، الوقتِ المحطّاتِ والمواقِفِ، الاستقبالِ، البيئةِ) زادَت وضعيتُها سوءًا عمَّا كانت عليهِ في القطاعِ العامِ.

أمّا فروض البحثِ فالحكم عليها كالتالي: الفرضُ الأوَّلُ الذي مفادهُ أَنَّ مستوى خدماتِ النقلِ الحضري الجماعي للمسافرين بالحافلةِ جيّد لكِن نوعيةَ الخدماتِ ضعيفةٌ ينفيهِ البحثُ في الشطرِ الأوَّلِ ويعملُ على تأكيدِه في الشطر الثاني. الفرضُ الثاني الذي مفادهُ أَنَّ مؤشّرات نوعيةِ الخدمةِ لدى المتنقِّلينَ بحافلاتِ النقلِ الحضري بقسنطينةَ تتمثَّلُ في الرفاهيةِ والوقتِ يؤكّدُ البحثُ مؤشرَ الوقتِ كأولويةٍ في المرتبةِ الثانيةِ لنوعيةِ خدماتِ النقلِ الحضري الجماعي لدَى أفرادِ العيّنةِ المستجوَبةِ وينفي مؤشّرَ الرفاهيةِ كأحدِ محدِّداتِ نوعيةِ الخدمةِ لدى المتنقّلينَ. الفرضِ الثالثِ الذي مفاده أنّ مستوى ونوعية الخدمةِ في القطاعِ الخاصِّ أحسَنُ من مستوى ونوعيةِ الخدمةِ في النقلِ الحضري الجماعي في القطاعِ العامِ ينفي البحثُ شطرَه الأوَّلَ المتعلّقِ بتحسُّنِ مستوى الخدمةِ ما عدَا زيادةِ عددِ المركباتِ كمَا ينفي الشطرَ الثاني منَ الفرضِ القائلِ بتحسُّنِ نوعيةِ الخدمةِ بعدَ دخولِ الخواصِّ وذلكَ على مستوى كافَّةِ المؤشراتِ عدَا مؤشرَ الرفاهيةِ الذي لم يرقَ لتطلعاتِ المتنقّلينَ .

انطلاَقًا منَ الحقائقِ الملموسةِ في الواقعِ وتحليلِ المعطياتِ والمعلوماتِ وحوصلةِ النتائجِ يمكنُ تقديمُ بعضِ الاقتراحاتِ تساعدُ الأطرافَ المعنيّةِ في إيجادِ بعضِ الحلولِ أو التقليصَ من حجمِ النقائصِ، وهي فيما يلي:

- إعدادُ دراساتٍ تتضمَّنُ التنبُّؤَ المستقبلِي بالطَّلبِ وحجمِ الحركةِ وكلِّ مَا يتعلّقُ بهذَا القطاعِ من حاجاتٍ وموادٍ وغيرِها للتخفيفِ من حدَّةِ الأزمةِ التي قد يواجهُها القطاعُ؛
- إعدادُ دراساتٍ تتطرَّقُ بشكلٍ موسَّعٍ للمتاعبِ التي يتلقّاهَا المسافرونَ خلالَ تنقّلاتهم اليوميةِ في المجالِ الحضري وذلكَ بهدفِ تحسينِ مستوى ونوعيةِ الخدمةِ؛

الخاتمة

- استحداثُ فرقِ نقلٍ بمناوبةٍ في فتراتِ الليلِ والصباحِ الباكرِ لضمانِ تنقُّلِ الأفرادِ في الشروطِ التي تتمُّ بها خلالَ النهار؛
- تفعيلُ هيئاتِ الرقابةِ وزيادةُ صلاحياتها من أجلِ كبحِ تجاوزاتِ الناقلينَ؛
- إعادةُ توزيعِ مختلفِ المرافقِ الحيويةِ من وسَطِ المدينةِ إلى الضواحِي؛
- تحديدُ قانونٍ لسِنِّ السائقِ في النقل العمومي للمسافرين بـــ 35 سنةٍ كحدّ أدنى ويكونُ متزوِّجًا لإدراكهِ المسؤوليةِ؛
- إجبارُ أربابِ الحافلاتِ على تجديدِ مركباتِهم؛
- توفيرُ أعوانِ الأمنِ على مستوى المحطّاتِ والمواقِفِ؛
- إدخالُ مركباتٍ بعددٍ أكثرَ من المقاعدِ وعددٍ أقلّ من أماكنِ الوقوفِ؛
- خلقُ خطوطٍ حضريةٍ جديدةٍ تغطِّي المناطقَ المتضرّرَةِ من نقصِ وسائلِ النقلِ؛
- إنشاءُ نظامٍ يعملُ على توفيرِ حافلاتٍ احتياطيةٍ في حالاتِ العطبِ وأوقاتَ الذروةِ؛
- تشديدُ العقوباتِ على الناقلين الذين لا يحترمونَ القوانينَ؛
- وضعُ نظامِ التكاملِ بينَ المحطّاتِ والمواقِفِ؛
- إدخالُ القطاعِ العامِ معَ القطاعِ الخاصِّ لخلقِ المنافسةِ وتحسينِ الخدماتِ وتجنّبِ الاحتكارِ؛
- إلغاءُ ازدواجيةِ الخطوطِ خاصّةً وأنّها تؤدّي في أغلبِ الأحيانِ إلى استعمالِ السرعةِ بينَ السائقِينَ للظّفرِ بأكبرِ عددٍ منَ المتنقِّلينَ وإقامةِ أكبرَ عددٍ منَ الدوراتِ؛
- التخلّصُ نهائيًّا من مركباتِ النقلِ الحضرِي الجماعي من نوعِ TATA لأنها قديمةٌ جدًّا وغيرُ مناسبةٍ للاستعمالِ بالإضافةِ لخطرِهَا الكبيرِ على صحَّةِ وسلامةِ المتنقّلينَ والمحيطِ؛
- تجديدُ الهياكلِ القاعديةِ مثلَ الطرقِ والمحطّاتِ والمواقِفِ وتجهيزُهَا بالمرافقِ الضروريةِ والعملُ على صيانتِها؛

- إيجادُ معاييرٍ قانونيةٍ وموضوعيةٍ لتعيينِ مسيِّرينَ يتكفّلونَ بتنظيمِ وتسييرِ محطّاتِ النقلِ الحضرِي للمسافرينَ بعدَمَا تبيَّنَ فشلَ القطاعِ الخاصِّ عن تولي هذِه المسؤوليةِ؛
- رفعُ مشاركةِ السكّةِ الحديديةِ في مجالِ النقلِ الحضري؛
- وضعُ إشاراتِ المواقفِ وبرنامجٍ زمني ينجرُّ عن مخالفتِه عقوباتٌ؛
- لصقُ لوحاتٍ إعلانيةٍ في المحطّاتِ والمركباتِ توضِّحُ حقوقَ وواجباتِ كلٍّ من الركّابِ والسائقِ؛
- التدخُّلُ باستعمالِ الأدواتِ الماليةِ لتحفيزِ نشوءِ النقلِ الحضري الجماعي بالحافلةِ في الليلِ.

المراجع

المراجع باللغة العربية

§ الكتب:

- أبو قحف، عبد السلام. أساسيات التسويق. مصر، الدار الجامعية.
- أحمد رشوان، حسين، عبد الحميد. مشكلات المدينة. مصر، المكتب العربي الحديث، 2002.
- ادريس، ثابت، عبد الرحمان. المدخـــل الحديث في الإدارة العامـــة. مصـــر، الدار الجامعيـــة، 2001.
- أوكيل، سعيد. وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
- باديرو، إيديجي. الدليل الصناعي إلى إيزو. (ترجمة) هلال، فؤاد. دار الفجر للنشر والتوزيع.
- البكري، سونيا، محمد. إدارة الجودة الكلية. مصر، الدار الجامعية، 2002.
- الحداد، عوض، بدير. تسويق الخدمات المصرفية. مصر، 1999.
- حمود، خضير، كاظم. إدارة الجودة الشاملة. الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2000.
- الحناوي، محمد والسيد، اسماعيل. قضايا إدارية معاصرة. مصر، الدار الجامعية، 1999.
- الخضيري، محسن، أحمد. التسويق في ظل وجود نظام معلومات. مصر، اتيراك للنشر والتوزيع، 1996.
- خليل، ناجح، محمد. (تحرير) نظرة إلى الطرق البرية في المشرق العربي. لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 1982.

- دراكر، بيتر. الإدارة: الإدارة العليا. (ترجمة) عبد الكريم، محمد. مصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996.
- ــــــــــ . الإدارة: المهام. (ترجمة) عبد الكريم، محمد. مصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996.
- دليمي، عبد الحميد. السياسات الحضرية. قسنطينة، منشورات جامعة منتوري، 2004.
- راشد، أحمد وحمودة، عبد المنعم. أساسيات التقييس وجودة الإنتاج. مصر، دار الجامعات المصرية، 1976.
- رياض، محمد. جغرافيا النقل. لبنان، دار النهضة العربية.
- زين الدين، فريد، عبد الفتاح. فن الإدارة اليابانية – حلقات الجودة المفهوم والتطبيق. مصر، مطبعة الإشعاع الفنية، 1998.
- السلطي، مأمون وإلياس، سهيلا. دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة. لبنان، دار الفكر المعاصر، 1999.
- السيد، اسماعيل. مبادئ التسويق. مصر، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
- شندى، محمد، رضا. الجودة الكلية الشاملة والإيزو 9000 بين النظرية والتطبيق. مصر، 1996.
- الضمور، هاني، حامد. تسويق الخدمات. الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002.
- عبد الباقي، صلاح الدين. قضايا إدارية معاصرة. مصر، الدار الجامعية، 1999.
- عبد العزيز، سمير، محمد. اقتصاديات جودة المنتج. مصر، مطبعة الإشعاع الفنية، 2000.
- عبد العزيز، سمير، محمد. جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والإيزو 9000 و10011. مصر، مطبعة الإشعاع الفنية، 1999.
- عبد المحسن، محمد، توفيق. تخطيط ومراقبة جودة المنتجات. مصر، جامعة الزقازيق، 1996.

- عبد الواحد، عبد الحميد. مقدمة في تخطيط النقل الحضري. قطر، مطابع مؤسسة العهد، 1986.
- عبود، عبد العليم، محمد. مبادئ التسويق. مصر، الدار الجامعية.
- عثمان، سعيد، عبد العزيز. اقتصاديات الخدمات والمشروعات العامة. مصر، الدار الجامعية، 2000.
- العساف، صالح بن حمد. دليل الباحث في العلوم السلوكية. الرياض، مكتبة العابكان، 1995.
- ـــــــــــــــــ. المدخل إلى البحث في العلم السلوكية. الرياض مكتبة العبيكان، سنة 1995 م
- عقيلي، عمر، وصفي. المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة. الأردن، دار وائل للنشر، 2001.
- علي، زيـــن العابدين. مبادئ تخطيط النقـــل الحضري. الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000.
- اللوزي، موسى. التنمية الإدارية الأردن، دار وائل للطباعة والنشر، 2000.
- مارتن، وليام ب. جودة خدمة العميل. (ترجمة) زروق، خالد، حسن. مصر، دار آفاق للإبداع العالمية، 1996.
- محرم، احمد وفهمي، محمد. تكاليف الجودة. مصر، مركز نور الإيمان، 2000.
- محمـــد أيوب، سميـــرة، ابراهيم. اقتصاديـــات النقـــل دراسة تمهيدية. مصر، دار الجامعة الجديدة، 2002.
- المصري، سعيد، محمد. إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية. مصر، الدار الجامعية، 2002.
- المقدادي، عادل، علي. مسؤولية الناقل البري في نقل الأشخاص. الأردن، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، 1997.
- منصور، حمادة، فريد. مقدمة في اقتصاديات النقل. مصر، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998.

- المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة. المعجم العربي الأساسي. طبعة لاروس، 1989.
- مهنا، محمد، نصر. الإدارة العامة الحديثة. مصر، المكتب الجامعي الحديث، 1998.
- الموسوي، ضياء، مجيد. الخوصصة والتصحيحات الهيكلية. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2001
- نجم، نجم، عبود. نظام الوقت المحدد. ليبيا، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1995.
- نيوباي، توني. التدريب على جودة الخدمة. (ترجمة) شويكار، زكي. مصر، مجموعة النيل العربية، 2003.
- هاي، وليام و. مقدمة في هندسة النقل. (ترجمة)، القاضي، سعد والنتير، أنيس. المملكة العربية السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1999.
- يوسف، ردينة، عثمان. الاتجاهات الكمية والحديثة في بحوث التسويق. مصر.

§ الأطروحات:

- ولد كسكوسة، حكيم. النظام القانوني المرفق بالجزائر. مذكرة ماجستير. الجزائر، جامعة الجزائر، 1996.

§ المجـــــلات:

- الباني، عبد الرحيم. «أنماط النقل بالحافلات ومعايير الأداء». مجلة النقل والمواصلات، رياض، 2001. العدد35.
- بريموبراجا، كارلوس. «تدويل الخدمات وتأثيره على البلدان النامية». مجلة التمويل والتنمية، مصر، 1996. العدد01.
- بندقجي، محمد، رياض. «اتجاهات التدريب على الجودة الشاملة لدى شركات تصنيع المواد الغذائية في منطقة عمان - الأردن» العلوم الإدارية. الأردن، 1996. العدد23.

- رحال، علي ويحياوي، إلهام. «الجودة والسوق». مجلة آفاق. الجزائر، 2001. العدد46.
- عبد العالي، جمال عبد المحسن. ((الإطار العام لخدمات الأجرة العامة بالمملكة العربية السعودية)) مجلة النقل والمواصلات، الرياض،2001، العدد37.

§ الجـــــرائد:

- الجريدة الرسمية الجزائرية «قانون رقم 01/13 يتضمن توجيه النقل البري وتوجيه». الجزائر، 2001.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. «قانون رقم 88/17 يتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه». الجزائر، 1988.

§ مراجع أخرى:

- مديرية التخطيط. قسنطينة يالأرقام. قسنطينة، 2002.
- مديرية النقل. مخطط نقل المسافرين. قسنطينَة، 2002
- أرشيف مديرية النقل. قسنطينَة.
- بوبكور، فارس. محاضرات اقتصاد النقل(غير منشورة). الجزائر، المدرسة الوطنية لتطبيق تقنيات النقل البري، 1999-1998.

المراجع باللغة الفرنسية:

§ livres:

– Alecian, Serge et Foucher, Dominique. Le management dans le service public. France, édition d'organisation, 2002.
– Baruche, Jean-Pierre. La qualité du service dans l'entreprise. France, les éditions d'organisation, 1992.
– Béactrice, Bréchignac, Roubaub. Le marketing des services. France, édition d'organisation, 2002.
– Bon, Jérome et Louppe, Albert. Marketing des services publics : l'étude des besoins de la population France, les éditions de l'organisation, 1980.
– CABY, Français et Jambart, Claude. La qualité dans les services. France, Economica, 2002.
– CABY, François et autre. La qualité au XXI^{è} siècle. France, Economica, 2002.
– Détrie, Philippe. Conduire une démarche qualité. France, éditions d'organisation, 1998.
– Dumauln, Christiane et Flipo, Jean-Paul. Entreprises de services 7 facteurs clés de réussite. France,les éditions d'organisation, 1991.
– Duthion, Brice. Transport collectif inter urbain de voyageurs. France, CELSE, 2000.
– Escourrou, Gisèle. Transports contraintes climatiques et pollutions. France, Sedes, 1996.
– F, Webster et autre. Evolution des déplacements urbains. France, 1985.
– Fouquet, Bruno. Gestion de la qualité de service. France, Eyrolles, 2000.
– Frybourg, Michel. L'innovation dans les transports. France, paradigme, 1986.

- Godard, Xavier et Teurnier, pierre. Les transports urbains en Afrique à l'heure de l'ajustement. France, Karthala et inrets, 1992.
- Godard, Xavier. Les transports dans les villes du sud. France, Karthala, 1994.
- Godard, Xavier. Mobilité et transports dans les villes en développement. France, l'Harmattan, 1992.
- Guyon, Gérard. Transport collectif urbain de voyageurs. France. CELSE, 2000.
- Ichihra, K. Maîtriser la qualité. France, éditions MARE nostrun, 1996.
- Jacou, Pièrre et Lucas, Frédéric. Au cœur du changement. France, jouve, 1992.
- Jambart, Claude. L'assurance qualité. France, Economica, 1995.
- Jean-Christophe, Broët. Les nouvelles clés de l'ISO 9000 et l'après certification.France, Quercy-cahors-, 1999.
- Kamisk, Gerdf et Peter Brauer, Jörg. Management de la qualité de A à Z. Paris, Massou Paris, 1995.
- Kolb, Français. La qualité. France, librairie Vuibert, 2002.
- Kotler, Philip et Dubois, B. Marketing management. France, Publi-union ed, 1992.
- Lerat, Serge. Les transports dans le monde. France, Bréal, 1984.
- Logiez, Carole et Vinay, Elisabet. Entreprendre dans les services. France, Dunod, 2001.
- Maudet. (ed) Pourquoi une politique globale de transports dans les villes moyennes. France. C.e.t.e.de Bordeaux, 1975.
- Pierre, Merlin. Géographie économique et planification des transports. France, puf fondamental, 1991.
- Sussland, Willy A. Le manager, la qualité et les norms ISO. France, les presses de la SNI Jaques et Demontrond, 1996..

- Téfre, Martine. Economie des transports. France, ellipses, 1996
- Terny, Guy. Economie des services collectifs et de la dépense publique. France, Dunod, 1971.
- Vigier, Michel G. La pratique du Q.F.D. France, les éditions d'organisation.
- Wolkowitch, Maurice. Géographie des transports. France, Dunod, 1982.
- Ziv, Jean Claude et Napoléon, Charles. Le transport urbain. France, Dunod, 1981.

§ **Thèses**:

- Boubakour, Farès. Surcapacité et sous utilisation des moyens dans le transport routier de marchandise : Le cas de l'Algérie. Thèse de doctorat. France, Université d'Aix-Marseille II, 1990.

§ **Autres references**:

- Groupement des autorités responsables de transport GART, la qualité dans les services publics de transport de personnes : sa traduction dans les conventions. France, Public imprin, 1994.
- groupement: E.M.A./B.E.T.UR-CE.N.E.A.P. enquete ménages transports Constantine – 2000.

الملاحق